

Die Nachrichtenwert-Perspektive in der Kommunikationsforschung

Abhandlung (kumulative Dissertation)
zur Erlangung der Doktorwürde
der Philosophischen Fakultät
der
Universität Zürich

vorgelegt von
Patrick Weber
aus Deutschland

Angenommen im Herbstsemester 2013
auf Antrag der Promotionskommission:
Prof. Dr. Werner Wirth (hauptverantwortliche Betreuungsperson)
Prof. Dr. Christiane Eilders

Zürich, 2013

Kumulative Dissertation gemäss §7 der Promotionsverordnung der Philosophischen
Fakultät der Universität Zürich vom 8.Juli 2009 bestehend aus folgenden
Publikationen:

Artikel1: Weber, P. (2013). *Die Nachrichtenwert-Perspektive in der Kommunikationsforschung. Empirische Analysen zu theoretischen Erweiterungen, Differenzierungen und methodischen Herausforderungen. Synopse zur kumulativen Dissertation.* Universität Zürich, Zürich.

Artikel2: Weber, P. (2010). No news from the east? Predicting patterns of coverage of Eastern Europe in selected German newspapers. *the International Communication Gazette*, 72(6), 465–485.

Artikel3: Weber, P. (2011). Determinanten von Skandalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung: Eine empirische Analyse. In K. Bulkow & C. Petersen (Hg.), *Skandal!: Mechanismen öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung* (S. 105–127). Wiesbaden: VS Verlag.

Artikel4: Weber, P., & Wirth, W. (2013). Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution. Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile von Rezipienten und die moderierende Rolle von Civic Pride. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 61(4), 514–531.

Artikel5: Weber, P. (2012). Nachrichtenfaktoren & User Generated Content: Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(2), 218–239.

Artikel6: Weber, P. (2013). Nachrichtenfaktoren und Kommentierungsintensität von Online-Nachrichten - Die moderierende Rolle medialer Rahmenbedingungen. In B. Pfetsch, J. Greyer, & J. Trebbe (Hg.), *Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Vol. 40. MediaPolis - Kommunikation zwischen Boulevard und Parlament. Strukturen, Entwicklungen und Probleme von politischer und zivilgesellschaftlicher Öffentlichkeit* (S. 229–245). Konstanz: UVK.

Artikel7: Weber, P. (2013). Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments. *New Media & Society*. Advance online publication. doi:10.1177/1461444813495165

Artikel8: Weber, P., & Kühne, R. (2013). Zählzeiten und ihre Analyse in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung. In T. K. Naab, D. Schlütz, W. Möhring, & J. Matthes (Hg.), *Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft: Vol. 9. Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung* (S. 285–312). Köln: Herbert von Halem Verlag.

Lebenslauf

Patrick Weber

- 02/2009 – 10/2013 *Assistent*, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich
- 02/2008 – 12/2008 *Wissenschaftlicher Mitarbeiter & Projektmanager*, Institut für Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Dresden
- 11/2007 – 12/2008 *Research Consultant* (selbständig), Patrick Weber – Markt-, Medien- & Sozialforschung, Rodewisch
- 11/2007 *Studienabschluss als Magister Artium „mit Auszeichnung“*, Universität Leipzig
- 10/2006 – 09/2007 *Research Executive*, PMG Presse-Monitor GmbH Berlin/Leipzig
- 02/2005 – 09/2006 *Research Executive*, Media Meter GmbH Leipzig
- 2003 – 2007 *Studentische Hilfskraft*, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universität Leipzig
- 02/2003 – 04/2003 *Praktikant*, Mitteldeutscher Rundfunk (MDR), Leipzig, Abt. Markt- und Medienforschung
- 10/2000 - 09/2007 *Magisterstudium* der Kommunikations- und Medienwissenschaft (Hauptfach) sowie Psychologie und Soziologie (Nebenfächer), Universität Leipzig
- 09/1999 - 07/2000 *Ersatzdienst*, Verein zur Wiedereingliederung psychosozial geschädigter Menschen e.V. Leipzig
- 08/1997 - 07/1999 *Gymnasium für Wirtschaft Rodewisch*, Abschluss mit Allgemeiner Hochschulreife (Abitur)



**Universität
Zürich^{UZH}**

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Die Nachrichtenwert-Perspektive in der Kommunikationsforschung

Empirische Analysen zu theoretischen Erweiterungen, Differenzierungen und methodischen Herausforderungen

Patrick Weber

Synopse zur kumulativen Dissertation

Inhaltsverzeichnis

Synopse zur kumulativen Dissertation	
1 Ziel und Inhalt	4
2 Einordnung: Die Nachrichtenwert-Perspektive in der Kommunikationsforschung	4
3 Artikel zu den Schwerpunkten im Überblick	9
3.1 Schwerpunkt I: Nachrichtenfaktoren und Nachrichtengeographie der Auslandsberichterstattung	9
3.1.1 Forschungsstand und Zielstellung der eigenen Arbeit	9
3.1.2 Artikel 1: No news from the east? Predicting patterns of coverage of Eastern Europe in selected German newspapers	11
3.1.3 Artikel 2: Determinanten von Skandalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung	12
3.1.4 Beitrag der Artikel zur nachrichtenwerttheoretischen Forschung	12
3.2 Schwerpunkt II: Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution	13
3.2.1 Forschungsstand und Zielstellung der eigenen Arbeit	13
3.2.2 Artikel 3: Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution. Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile von Rezipienten und die moderierende Rolle von Civic Pride	15
3.2.3 Beitrag des Artikels zur nachrichtenwerttheoretischen Forschung	15
3.3 Schwerpunkt III: Nachrichtenfaktoren und Anschlusskommunikation	16
3.3.1 Forschungsstand und Zielstellung der eigenen Arbeit	16
3.3.2 Artikel 4: Nachrichtenfaktoren & User Generated Content. Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites	18
3.3.3 Artikel 5: Nachrichtenfaktoren und Kommentierungsintensität von Online-Nachrichten. Die moderierende Rolle medialer Rahmenbedingungen	19
3.3.4 Artikel 6: Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments	19

3.3.5 Beitrag der Artikel zur nachrichtenwerttheoretischen Forschung	20
3.4 Schwerpunkt IV: Zähldatenanalyse - Methodische Herausforderung für die nachrichtenwerttheoretische Forschung	25
3.4.1 Ausgangspunkt und Zielstellung der eigenen Arbeit	25
3.4.2 Artikel 7: Zähldaten und ihre Analyse in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung	26
3.4.3 Beitrag des Artikels zur nachrichtenwerttheoretischen Forschung	26
4 Die Nachrichtenwert-Perspektive: Potentiale künftiger Forschung	27
Endnoten: Erbrachte Eigenleistung bei Gemeinschaftspublikationen	32
Gesamtes Literaturverzeichnis	33

Synopse zur kumulativen Dissertation

1 Ziel und Inhalt

Ziel dieser Synopse ist es, einen Überblick über insgesamt sieben Publikationen zu geben, die zusammen mit der Synopse meine Dissertation zu *theoretischen Erweiterungen, Differenzierungen und methodischen Herausforderungen kommunikationswissenschaftlicher Forschung in nachrichtenwerttheoretischer Perspektive* bilden.

Im Folgenden wird zunächst die Theorie- und Forschungstradition umrissen, in der die Arbeiten der Dissertation stehen und dadurch das Programm der kommunikationswissenschaftlichen Forschung in nachrichtenwerttheoretischer Perspektive beschrieben (Abschnitt 2). Auf dieser Basis werden die Schwerpunkte der Dissertation vorgestellt und die spezifischen Fragestellungen der Arbeiten in den Schwerpunkten expliziert. Durch Einordnung der Schwerpunkte in das nachrichtenwerttheoretische Forschungsprogramm werden die Arbeiten innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen Forschung verortet, in eine übergeordnete Fragestellung eingebettet und ihr wissenschaftlicher Zusammenhang verdeutlicht.

Der dritte Abschnitt gibt einen Überblick über die Publikationen in den einzelnen Schwerpunkten. Für jeden Schwerpunkt wird kurz der derzeitige Forschungsstand dargestellt und auf dieser Basis die Zielstellung der Arbeiten spezifiziert. Sofern zu einem Schwerpunkt mehrere Arbeiten publiziert wurden, wird dadurch auch der übergeordnete Zusammenhang der einzelnen Artikel deutlich. Anschließend werden die einzelnen Artikel kurz vorgestellt und die zentralen Erkenntnisse mit Blick auf die übergeordnete Fragestellung zusammengefasst. Abschließend wird für jeden Schwerpunkt der Beitrag der Arbeiten zur kommunikationswissenschaftlichen Forschung in nachrichtenwerttheoretischer Perspektive diskutiert und dadurch insbesondere die theoretische Relevanz der Beiträge herausgearbeitet.

Der letzte Abschnitt (4) ist, ausgehend von den Ergebnissen der einzelnen Arbeiten, einer Diskussion der Potentiale künftiger Forschung in nachrichtenwerttheoretischer Perspektive gewidmet.

Die Einbettung der einzelnen Arbeiten der Dissertation in einen integrierenden theoretischen Rahmen, die Ergebniszusammenfassung und -diskussion mit Blick auf die übergeordneten Fragestellungen und die Diskussion möglicher Forschungsfragen für künftige Arbeiten in der Nachrichtenwert-Perspektive bilden den Mehrwert dieser Synopse gegenüber den einzelnen Publikationen der Dissertation.

2 Einordnung: Die Nachrichtenwert-Perspektive in der Kommunikationsforschung

Den integrierenden Rahmen für die einzelnen Arbeiten der Dissertation bildet die Nachrichtentheorie (Galtung & Ruge, 1965) als abstrakte Theorie der Nachrichtendiffusion. Aus-

gangspunkt der Theorie ist die Feststellung, dass Ereignisse vom Zeitpunkt ihres Geschehens über ihre Vermittlung innerhalb des Nachrichtensystems bis hin zur Wahrnehmung durch die Rezipienten vielfältigen Selektions- und Verzerrungsprozessen unterliegen. Das Augenmerk der Theorie liegt auf der Frage, welche Merkmale von Ereignissen Selektivität in diesem Vermittlungsprozess beeinflussen und wie sie sowohl die mediale Repräsentation der Ereignisse („media image“) als auch ihre Repräsentation auf Seiten der Rezipienten („personal image“) prägen. Die Beeinflussungsprozesse werden summarisch als „selection distortion“ bezeichnet (siehe S. 8, Abbildung 1).

Galtung und Ruge (1965) behandeln ihren Gegenstand auf einer relativ abstrakten Ebene und beziehen sich auf das Nachrichtensystem in seiner Gesamtheit: „[...] our analysis will treat news media *in abstracto* and limit itself to some reasoning from first principles“ (Galtung & Ruge, 1965, S. 65, Hervorhebung i. O.). Diese 'first principles' leiten Galtung und Ruge aus einer analogischen Übertragung von Prinzipien menschlicher Informationsverarbeitung auf die Verarbeitung von Ereignissen innerhalb des Nachrichtensystems ab und gelangen so zu den Nachrichtenfaktoren als denjenigen Merkmalen von Nachrichtenereignissen, die Selektions- und Verzerrungsprozesse, also „selection distortion“, beeinflussen. Die theoretischen Hauptaussagen der Theorie beziehen sich dann auf ebendiese Prozesse und spezifizieren, wie Nachrichtenfaktoren Selektivität im Diffusionsprozess steuern (Selektionshypothese) und die verschiedenen Repräsentationen eines Ereignisses beeinflussen (Replikations- und Verzerrungshypothese).

Mit der Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren gibt Eilders (1997, 2006) eine wichtige Ergänzung der Theorie und eine differenzierte Antwort auf die Frage, *warum* Nachrichtenfaktoren als universelle Selektionskriterien fungieren und daher Selektivität und die entstehenden Repräsentationen über verschiedene Stufen der Nachrichtenvermittlung hinweg beeinflussen (ähnlich Shoemaker, 1996; Shoemaker & Cohen, 2006).

Ein Hauptanliegen kommunikationswissenschaftlicher Nachrichtenforschung ist die Prüfung von Selektionseffekten der Nachrichtenfaktoren auf verschiedenen Stufen und Ebenen des Vermittlungsprozesses und die Spezifikation, wie Nachrichtenfaktoren die jeweils entstehenden Repräsentationen prägen. Dieser Fokus wird hier verstanden als die *Nachrichtenwert-Perspektive der Kommunikationsforschung*. Innerhalb dieser Perspektive haben sich zwei Forschungsschwerpunkte herausgebildet.

Im ersten Schwerpunkt wird der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Vermittlungsprozesse untersucht, die zur Entstehung des „media image“ führen. Prinzipiell können diese Prozesse unterschiedlich differenziert beschrieben und Selektivität entsprechend auf unterschiedlichen Ebenen untersucht werden. Mit Rosengren (1974) lassen sich die drei typischen zu erklärenden Größen in diesem Schwerpunkt differenzieren: Publikationsentscheidungen (selektives Gatekeeping), Entscheidungen über den Umfang der Berichterstattung (quantitatives Gatekeeping) und die Entscheidung, wie eine einmal ausgewählte Nachricht aufgemacht und platziert wird (qualitatives Gatekeeping), woraus dann auch unterschiedliche Qualitäten der Berichterstattung resultieren. Nachrichtenwerttheoretisch fundierte Gatekeeping-Forschung geht entsprechend den Fragen nach, ob Nachrichtenfaktoren als Selektionskriterien bei Publikationsentscheidungen von Journalisten fungieren und auch quantitatives

und qualitatives Gatekeeping beeinflussen (siehe zum Überblick Eilders, 1997 und Maier, Stengel, & Marschall, 2010 sowie die konzeptuellen Weiterentwicklungen und aktuellen Forschungsarbeiten zu dieser Frage von Engelmann, 2010, Engelmann, 2012a, Engelmann, 2012b; Harcup & O'Neill, 2001; Kepplinger & Ehmig, 2006; Kepplinger, 1998; Kepplinger & Bastian, 2000; Rössler, Bomhoff, Haschke, Kersten, & Müller, 2011; Schulz, 1976; Staab, 1990, 1993; Uhlemann, 2012).

Einen prominenten, durch seine spezifische Methodik gekennzeichneten Forschungsansatz im ersten Schwerpunkt stellen *Medienresonanzanalysen* dar, mit deren Hilfe versucht wird, die Berichterstattungshäufigkeit über bestimmte Objekte durch Eigenschaften dieser Objekte zu erklären. Haben die Objekte Merkmale, die den Qualitäten von Nachrichtenfaktoren entsprechen, sollte die jeweilige Ausprägung dieser Merkmale mediale Resonanz beeinflussen. Als Objekte fungieren typischerweise Pressemitteilungen (zuletzt z.B. Schweiger & Jungnickel, 2011), wobei sich alle Nachrichtenfaktoren auf die darin berichteten Ereignisse anwenden lassen. Weiterhin wird auf diese Weise die mediale Resonanz unterschiedlicher Ereignistypen erklärt, z.B. von Sportereignissen (Lee & Choi, 2009) oder Risikoereignissen (Freudenburg, Coleman, Gonzales, & Helgeland, 1996). Ein Subset der Nachrichtenfaktoren bezieht sich auf Akteure; durch sie wird bspw. die mediale Präsenz von Politikern erklärt (Tresch, 2009). Das traditionsreichste Anwendungsfeld solcher Resonanzanalysen, das auch den Entstehungskontext der Nachrichtenwerttheorie bildet, sind Analysen zu *internationalen Nachrichtenflüssen und der medialen Präsenz von Ländern*. Auch sie beschränken sich bis heute hauptsächlich auf die Analyse selektiven und quantitativen Gatekeepings (also die Frage, ob länderbezogene Nachrichtenfaktoren erklären, ob und wie häufig über ein Land berichtet wird). Versuche der Erklärung verschiedener *Qualitäten* des resultierenden ‚media images‘ auf nachrichtenwerttheoretischer Basis gibt es bislang allerdings nicht, obwohl gerade sie häufig Gegenstand intensiver politischer und medienkritischer Debatten sind. Die Analyse qualitativen Gatekeepings in der Auslandsberichterstattung ist deshalb Gegenstand des ersten thematischen Schwerpunktes der Dissertation. Konkreter geht es um den *Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Qualitäten des ‚media image‘ von Nationen in der Auslandsberichterstattung*.

Im zweiten Schwerpunkt kommunikationswissenschaftlicher Forschung in nachrichtenwerttheoretischer Perspektive wird der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Nutzungs- und Rezeptionsprozesse untersucht, die zur Entstehung des ‚personal image‘ beim Publikum führen (vgl. S. 8, Abbildung 1). Theoretische Grundlage der Erforschung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren auf Publikumsreaktionen bildet Eilders‘ (1997) Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren. Grundlegend für diese Konzeptualisierung ist die Annahme eines Relevanzschemas, in dem Nachrichtenfaktoren die Kriterien darstellen, nach denen Menschen Nachrichten Relevanz zuweisen und das Rezipienten einerseits auf Basis ihrer Nachrichtennutzung erwerben und das andererseits darauf basiert, was Menschen aus evolutionären und allgemeinspsychologischen Gründen sowie sozialisationsbedingt für wichtig erachten (Eilders, 1997, bes. S. 119ff.). Da sich Schemata empirisch nicht direkt nachweisen lassen, konzentriert sich die Forschung darauf, die Wirkung von Nachrichtenfaktoren auf unterschiedliche Rezeptionsparameter zu untersuchen und entsprechende Effekte als Wirkung eines Relevanzschemas zu interpretieren (siehe zur Logik schematheoretischer Forschung bspw. Matthes, 2004). Im Hauptteil der bisherigen For-

schung im zweiten Schwerpunkt muss entsprechend *indirekt* anhand der Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf selektives Erinnern auf die Existenz und Gestalt des Relevanzschemas geschlossen werden (Eilders & Wirth, 1999; Fretwurst, 2008; Merten, 1985; Rössler et al., 2011; Rössler, Haschke, & Marquart, 2010; Ruhrmann, 1989, S. 94ff.; Ruhrmann, Woelke, Maier, & Diehlmann, 2003; Schulz, 1982; zu den damit verbundenen Problemen siehe bspw. Eilders, 1997, S. 112-113, 121). Darüber hinaus werden auch die Effekte von Nachrichtenfaktoren auf die entstehenden Publikumsvorstellungen von Nachrichtenereignissen (Eilders & Wirth, 1999; Ruhrmann, 1989, S. 118ff.; Ruhrmann et al., 2003) sowie die im Zuge der Rezeption auftretenden reduktiven und konstruktiven Verarbeitungsprozesse (Eilders, 1997) als Konsequenzen einer schemagesteuerten Verarbeitung untersucht. Weitere Rezeptionsparameter, von denen sich indirekt auf Relevanzattributionen durch Nachrichtenfaktoren schließen lässt und die Aufmerksamkeit in der Forschung erfahren haben sind die Selektion von Nachrichtenbeiträgen durch das Publikum (Donsbach, 1991; Eilders, 1997; Lee, 2009; Rössler et al., 2010, 2011; Schaudt & Carpenter, 2009; Seibold, 2002) und Handlungsabsichten bezüglich Nachrichtenissues (Früh, 2010) sowie affektive Effekte (Früh, 2010; Rössler et al., 2010, 2011).

Erstaunlicherweise sind Studien, die Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzzuschreibungen *direkt* untersuchen, sehr selten (Fretwurst, 2008; Früh, 2010; Ruhrmann, 1989, S. 101; Sande, 1971; Schulz, 1977) und die Befundlage ist nicht eindeutig (siehe ausführlich Weber & Wirth, im Druck). Das ist für die Forschung in der Nachrichtenwert-Perspektive ein grundlegendes Problem. Denn die Annahme, Nachrichtenfaktoren beeinflussten kollektiv übereinstimmend Relevanzattributionen (Eilders, 1997) gehört zum theoretischen Kern nachrichtenwerttheoretischer Forschung, weil sie begründet, *warum* Nachrichtenfaktoren Selektivität über die verschiedenen Stufen des Nachrichtendiffusionsprozesses hinweg beeinflussen. Angesichts dieser herausgehobenen theoretischen Relevanz für Theorie und Forschung in der Nachrichtenwert-Perspektive soll die Forschung zu *Einflüssen von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile* im zweiten thematischen Schwerpunkt der Dissertation fortgeführt und durch experimentelle Studien die empirische Basis zur Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren gestärkt werden.

Über die beiden traditionellen Felder nachrichtenwerttheoretischer Forschung hinausgehend wird im dritten Themenschwerpunkt der Dissertation die Möglichkeit einer Erweiterung der nachrichtenwerttheoretischen Forschungsperspektive auf Kommunikationsphänomene geprüft, die der Entstehung eines ersten ‚personal image‘ im Zuge der Rezeption nachgelagert sind: Es geht um den *Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Anschlusskommunikation* (s. S. 8, Abbildung 1). Erweiterungen des Gegenstandsbereichs der Theorie in diese Richtung sind bislang sehr selten und konzentrieren sich auf persönliche Gespräche (D. Sommer, 2010; D. Sommer, Fretwurst, K. Sommer, & Gehrau, 2012; siehe zusätzlich Scherer, Hefner, & Weisgerber, 2012 sowie Zuber, 2012 für Anschlusskommunikation in Blogs). Als Grundlagenbeitrag zu diesem allerneuesten, erst im Entstehen begriffenen Schwerpunkt kommunikationswissenschaftlicher Forschung in der Nachrichtenwert-Perspektive wurden im Rahmen der Dissertation deshalb Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren in einer weiteren Form von Anschlusskommunikation untersucht: in Leserkommentaren in Onlinezeitungen.

Den vierten thematischen Schwerpunkt der Dissertation bildet ein *methodologischer Beitrag*. Hier geht es um die Frage der Angemessenheit des Einsatzes datenanalytischer Standardmethoden für die Analyse eines spezifischen Typs von Daten, der u.a. in zwei Bereichen nachrichtenwerttheoretischer Forschung häufig generiert wird, dessen Besonderheiten aber mit standardmäßig eingesetzten Analyseverfahren nicht Rechnung getragen werden kann: *Zählraten*. Eine systematische Aufarbeitung der bei der Analyse dieser Daten auftretenden Probleme und entsprechender Lösungsmöglichkeiten fehlt bisher in der kommunikationswissenschaftlichen Methodenliteratur und ist deshalb Gegenstand des vierten Dissertationsschwerpunkts.

Abbildung 1 verortet die Schwerpunkte der Dissertation entlang der (um Anschlusskommunikation erweiterten) „chain of news communication“ (Galtung & Ruge, 1965, S. 65; die originalen Komponenten des Vermittlungsmodells sind kursiv gesetzt). Ziel dieser Dissertation ist es, ausgehend von der gesamthaften, integrierenden Betrachtung der nachrichtenwerttheoretischen Forschung in drei zentralen Forschungsschwerpunkten der Nachrichtenwert-Perspektive durch empirische Studien einen Beitrag zur Weiterentwicklung der jeweils spezifischen Fragestellungen zu leisten. Die Studien der Dissertation werden in insgesamt sieben Artikeln berichtet. Abbildung 1 zeigt auch den Beitrag jedes einzelnen Artikels zur kommunikationswissenschaftlichen Forschung in der Nachrichtenwert-Perspektive.

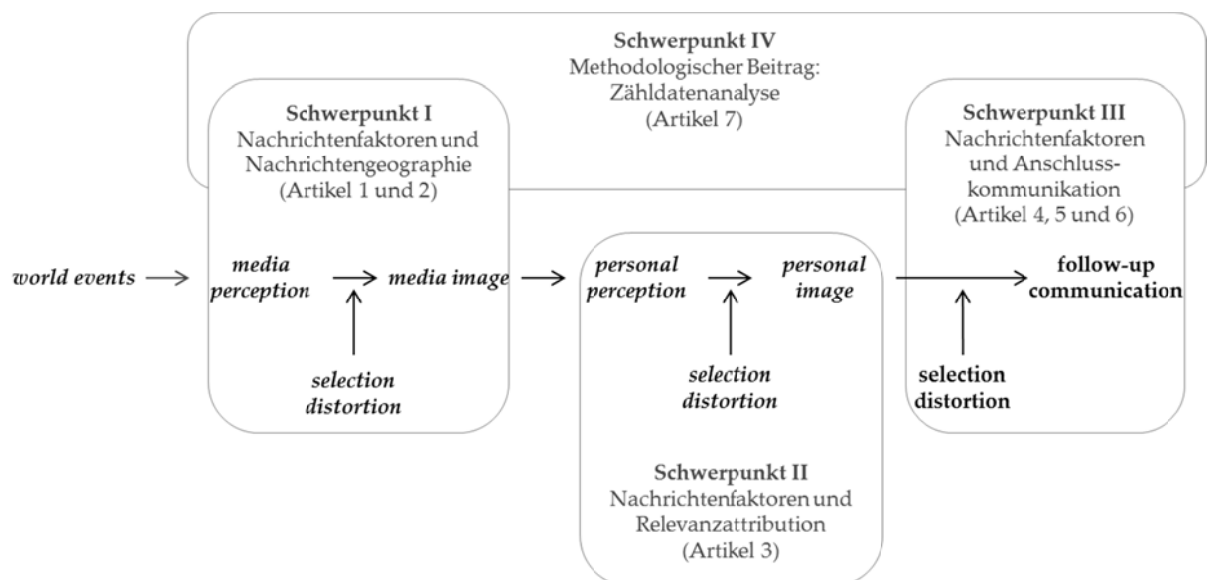


Abbildung 1: Theoretisches Rahmenmodell der Nachrichtenwert-Perspektive und Zuordnung der Beiträge zu den Forschungsschwerpunkten

3 Artikel zu den Schwerpunkten im Überblick

3.1 Schwerpunkt I: Nachrichtenfaktoren und Nachrichtengeographie der Auslandsberichterstattung

3.1.1 Forschungsstand und Zielstellung der eigenen Arbeit

Die Forschung zu internationalen Nachrichtenflüssen kann auf eine lange kommunikationswissenschaftliche Tradition zurückblicken (siehe z.B. Alscheid-Schmidt, 1991, S. 10ff.). Sie beschäftigt sich hauptsächlich mit zwei zentralen Fragen: 1) Möglichkeiten der Beschreibung der Struktur der Auslandsberichterstattung, insbesondere der differentiellen medialen Resonanz einzelner Länder und 2) der Frage nach der Erklärbarkeit dieser Berichterstattungsmuster. Die Forschung wird bis heute wesentlich theoretisch fundiert durch ein Erklärungsmodell, welches vermutlich erstmals von Hester (1973) expliziert wurde. Demgemäß ist die Präsenz eines Landes in der Auslandsberichterstattung von zwei Faktoren abhängig: Seinem *Status* und seiner *Nähe* zum Land, dessen Berichterstattung von Interesse ist.

Da das Grundanliegen von Arbeiten zur differentiellen medialen Länderpräsenz die Erklärung von Selektivität bei der Entstehung von Medienrealität ist, sind sie prinzipiell an nachrichtenwerttheoretische Überlegungen anschlussfähig. Sie lassen sich im ersten Schwerpunkt der nachrichtenwerttheoretischen Forschungsperspektive dem Feld der Medienresonanzanalysen zuordnen (vgl. 2). Die zu erklärende Größe stellt das ‚media image‘ (siehe S. 8, Abbildung 1) in Form der Repräsentation von Ländern dar, wobei die Häufigkeit der Berichterstattung über ein Land die zentrale abhängige Variable bildet. Mit *Status* und *Nähe* benennt das traditionelle Erklärungsmodell auf Länder bezogene Nachrichtenfaktoren, die gemäß Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge, 1965) Selektivität steuern. In der Klassifikation von Rosengren (1974) wird hier also selektives Gatekeeping untersucht und eine Metaanalyse von Wu (1998) zeigt, dass das klassische Erklärungsmodell für die differentielle Länderpräsenz als empirisch gut gesichert betrachtet werden kann.

Allerdings beschränkt sich die bisherige Forschung allein auf die Erklärung der Berichterstattungshäufigkeit. Andere Zielgrößen bleiben unbeachtet. Erstaunlich ist dies insbesondere deshalb, weil gerade bestimmte Qualitäten der Auslandsberichterstattung Anlass zu (Medien-)Kritik und gar politischen Auseinandersetzungen geben: So bildete bspw. die *Diskontinuität* der Berichterstattung zu einigen Ländern und Weltregionen gepaart mit einem *engen Themenfokus*, der Zusammenhangslosigkeit und Simplifizierung von Darstellungen (wie sie typisch für kurze *journalistische Formen* ist) sowie *Negativität*, *Sensationalismus* und *Dramatisierung* einen Anlass globaler kommunikationspolitischer Debatten im Rahmen der UNESCO in den 1980er Jahren (siehe Alscheid-Schmidt, 1991, S. 88ff.; Stevenson & Cole, 1984). Und bis heute sind diese Qualitäten der Auslandsberichterstattung Gegenstand der Medienkritik geblieben (z.B. Berger, 2009; Cippitelli & Schwanebeck, 2003; Hoge, 1997). Die bisherige Forschung zu Auslandsberichterstattung widmet sich diesen Berichterstattungsmustern lediglich in deskriptiven Studien – empirisch geprüfte Erklärungsansätze fehlen.

Vor diesem Hintergrund verfolgen die Artikel in diesem Schwerpunkt zwei Ziele: 1) die Erhöhung des Informationsgehalts des traditionellen Erklärungsmodells durch Spezifikation weiterer Zielgrößen, die neben der Berichterstattungshäufigkeit zentrale Parameter der

medialen Repräsentation von Ländern darstellen, 2) die Erhöhung des prognostischen Gehalts des Modells durch Integration eines neuen Prädiktors, der sich neben *Status* und *Nähe* aus der Nachrichtenwerttheorie ableiten lässt.

Mit der Verzerrungshypothese postuliert die Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge, 1965) einen Effekt der Nachrichtenfaktoren über Selektivität hinaus auf den Inhalt der medialen Repräsentation eines Ereignisses (quantitatives und qualitatives Gatekeeping nach Rosengren, 1974). Für eine Erhöhung des Informationsgehalts des Erklärungsmodells von Hester (1973) stellt sich die Frage, was typische und wichtige Inhaltsstrukturen in der Auslandsberichterstattung sind, die als Resultate quantitativen und qualitativen Gatekeepings gelten können.

Typische Inhaltsmuster der Auslandsberichterstattung werden durch Modelle der Nachrichtengeographie beschrieben. Das aktuellste und elaborierteste Modell dazu stammt von Kamps (1998), der zeigte, dass sich auf Basis der *Häufigkeit der Berichterstattung über ein Land*, der *Konstanz der Berichterstattung*, der *thematischen Vielfalt* und der *Variabilität der eingesetzten journalistischen Darstellungsformen* in der Berichterstattung das Muster einer vierteiligen Nachrichtengeographie ergibt (Nachrichtenzentren, -nachbarn, thematische Nachrichtennachbarn und Nachrichtenperipherie; s.a. Weber, 2008). Der Informationsgehalt des traditionellen Erklärungsmodells lässt sich also sinnvoll erweitern, wenn neben der Häufigkeit der Berichterstattung über ein Land auch die übrigen drei Nachrichtengeographieparameter erklärt werden können. Kamps (1998) selbst hat weder theoretisch noch empirisch einen Bezug zwischen Nachrichtenwerttheorie und den grundlegenden Parametern seines deskriptiven Modells hergestellt.

Bisher werden mit dieser Erweiterung des Erklärungsmodells erst drei der vier Merkmale von Auslandsberichterstattung integriert, die neben der Berichterstattungshäufigkeit auch Gegenstand politischer und medienkritischer Debatten sind. Das Modell berücksichtigt noch nicht die häufig als problematisch empfundene Negativität, Dramatisierung und Sensationsorientierung. Im Berichterstattungsmuster der *Skandalisierung* sehe ich ein Konstrukt, das all diese Qualitäten in sich vereint und das deshalb als vierte Zielvariable ins Erklärungsmodell integriert wurde. Diese Entscheidung ist auch motiviert durch den Umstand, dass die entsprechenden Qualitäten der Auslandsberichterstattung dazu geeignet sind, die Aufmerksamkeit für und die Vertrautheit mit politischen Auslandsthemen beim Publikum zu erhöhen (Baum, 2002) – also für die Rezeption und Informationsdiffusion in soziale Systeme relevant sind.

Die zweite Zielstellung in diesem Schwerpunkt der Dissertation ist die Prüfung, ob sich durch die Aufnahme eines weiteren nachrichtenwerttheoretisch begründeten Prädiktors die Erklärungsleistung des Modells erhöhen lässt. Das klassische Erklärungsmodell berücksichtigt als Prädiktoren der Berichterstattungshäufigkeit transsituativ stabile Ländermerkmale, die sich den Dimensionen *Status* und *Nähe* zuordnen lassen. Damit ist impliziert, dass ein *generalisiertes, d.h. themenübergreifendes Interesse* an statushohen und nahen Ländern Selektivität steuert. Mit dem Nachrichtenfaktor *Themenetablierung* bietet die Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge, 1965, S. 67) einen Ansatzpunkt für die Ableitung eines weiteren Prädiktors. Die Selektionshypothese zu dem Faktor postuliert, dass Ereignisse zu Themen bzw. Issues, die bereits einmal mediale Aufmerksamkeit generiert haben, leichter wieder zur Pub-

likation ausgewählt werden. Im Fall von Auslandsberichterstattung sind Issues untrennbar mit den Ländern, in denen die zugehörigen Ereignisse stattfinden oder die sie betreffen, verknüpft. Neben einem generalisierten, d.h. themen- und issueübergreifenden Interesse an statushohen und ähnlichen Ländern könnte daher ein *issuegebundenes Interesse* an einem Land Selektivität steuern und damit erklärungsrelevant für selektives Gatekeeping sein. Theoretisch kann das issuegebundene Interesse Selektivität unabhängig von Status und Nähe beeinflussen – nämlich dann, wenn ein fernes und/oder statusniedriges Land auf Grund einer besonderen Ereignislage (z.B. Naturkatastrophe) einmal Gegenstand der Berichterstattung geworden ist und dieses Thema dann Gegenstand fortgesetzter Berichterstattung ist¹. Ob das issuegebundene Interesse tatsächlich einen unabhängigen und zusätzlichen Erklärungsbeitrag leistet, sollte deshalb empirisch geprüft werden.

3.1.2 Artikel 1: *No news from the east? Predicting patterns of coverage of Eastern Europe in selected German newspapers*

(verfasst in Alleinautorenschaft, publiziert in *the International Communication Gazette*)

Im ersten Artikel (Weber, 2010) wird das erweiterte Erklärungsmodell theoretisch fundiert und kontextualisiert und es werden Hypothesen zum Einfluss von *Status* und *Nähe* auf die Häufigkeit der Berichterstattung über ein Land, die Konstanz der Berichterstattung, die thematische Vielfalt und die Variabilität der eingesetzten journalistischen Darstellungsformen abgeleitet. Im Rahmen einer offenen Forschungsfrage wird zudem der Einfluss des issuegebundenen Interesses an einem Land auf die vier Nachrichtengeographieparameter untersucht. Der Artikel präsentiert die Ergebnisse der Sekundäranalyse einer Inhaltsanalyse zur Nachrichtengeographie der Osteuropaberichterstattung², mit der die Hypothesen geprüft wurden.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich neben der Häufigkeit der Berichterstattung über ein Land auch deren Konstanz sowie die Darstellungs- und Themenvielfalt durch den *Status* und die *Nähe* des Landes erklären lassen. Überdies erwies sich das issuegebundene Interesse als ei-

¹ Hier mag der Eindruck einer hohen konzeptuellen Nähe von unabhängiger Variable (*Etablierung*) und abhängiger Variable (*Konstanz*) entstehen. Es sei deshalb bereits hier darauf hingewiesen, dass sich beide Variablen auf operationaler Ebene klar unterscheiden (siehe Weber, 2010). Beide Variablen beziehen sich auf unterschiedliche Sachverhalte: *Etablierung* bezieht sich auf *Themen* und den Zeitraum, in dem ein Thema bereits mediale Aufmerksamkeit genießt. *Konstanz* hingegen bezieht sich auf *Länder* und die Frage, an wie vielen Stichprobenzeitpunkten ein Land mit mindestens einem Beitrag in der Berichterstattung präsent war (egal zu welchem Thema). Entsprechend kann ein Land nur sehr diskontinuierlich Berichterstattung erfahren, diese kann sich aber auf stark etablierte Themen konzentrieren. Ein Beispiel aus der Studie (Weber, 2010) ist die Berichterstattung über Serbien: Serbien war nur an ca. einem Drittel der Stichprobentage Gegenstand der Berichterstattung. Gleichzeitig konzentrierte sich diese Berichterstattung auf sehr wenige, meist hoch etablierte Themen, die in Verbindung mit den Kriegsverbrechen im ehemaligen Jugoslawien und der daran anschließenden internationalen Strafverfolgung sowie den Kriegsverbrechertribunalen in Den Haag stehen. Andererseits kann ein Land aber auch sehr konstant Gegenstand der Berichterstattung sein, die sich aber auf vielfältige, nicht nur etablierte Themen bezieht. Ein Beispiel aus der Studie (Weber, 2010) ist die Berichterstattung über Russland, das sehr konstant Gegenstand der Berichterstattung ist und über das thematisch vielfältig und nicht nur in Verbindung mit etablierten Themen berichtet wird. Um die Unterschiedlichkeit der Konstrukte *Etablierung* und *Konstanz* besonders im Rahmen der übergreifenden Synopse deutlicher zu machen, wird hier im Gegensatz zum Artikel (Weber, 2010) der Begriff *Konstanz* statt *Kontinuität* verwendet.

² Der erste Artikel basiert auf einer Sekundäranalyse der Daten einer früheren Arbeit (Weber, 2007). Das der Sekundäranalyse zu Grunde liegende Theorie- und Analysemodell war jedoch weder Gegenstand dieser Qualifikationsarbeit noch einer dazu erschienenen Publikation (Weber, 2008). Für den Artikel wurden weiterführende theoretische Überlegungen zu einem erweiterten Erklärungsmodell der Nachrichtengeographie expliziert und Hypothesen abgeleitet. Auch die Datenanalyse und die Ergebnisinterpretation stellen originäre Leistungen im Rahmen der Dissertation dar.

genständiger zusätzlicher Prädiktor der Häufigkeit und Konstanz der Berichterstattung über ein Land.

3.1.3 Artikel 2: Determinanten von Skandalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung

(verfasst in Alleinautorenschaft, publiziert im Sammelband *Skandal! Mechanismen öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung*)

Der zweite Artikel (Weber, 2011) konzentriert sich ganz auf das fünfte Strukturmerkmal der Auslandsberichterstattung im erweiterten Erklärungsmodell: Skandalisierung. Der Beitrag stellt einen eigenständigen nachrichtenwerttheoretisch fundierten Erklärungsansatz für das Ausmaß an Skandalisierung in der Berichterstattung über ein Land vor, der einer ersten exemplarischen empirischen Prüfung unterzogen wird. Um dies zu ermöglichen, wurde ein neues inhaltsanalytisches Messinstrument zur Erfassung von Skandalisierung in der Berichterstattung entwickelt.

Die Ergebnisse zeigen, dass hauptsächlich das transsituativ stabile Ländermerkmal geographische *Nähe* das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über ein Land beeinflusst. Darüber hinaus ist Skandalisierung von der situativen Ereignislage abhängig, wobei das Vorliegen eines *Schadens* und ein *Inlandsbezug* (d.h. ein Bezug zu Deutschland) Skandalisierung in der Auslandsberichterstattung begünstigen.

3.1.4 Beitrag der Artikel zur nachrichtenwerttheoretischen Forschung

Die übergeordnete Fragestellung im ersten Schwerpunkt war, ob sich qualitatives Gatekeeping in der Auslandsberichterstattung auf Basis der Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge, 1965) erklären lässt. Um die Frage zu beantworten, wurden fünf relevante Dimensionen des ‚media image‘ (vgl. Abbildung 1, S. 8) eines Landes in der Auslandsberichterstattung differenziert und in das klassische Erklärungsmodell selektiven Gatekeepings in der Auslandsberichterstattung (siehe bspw. Hester, 1973) integriert. Durch die Studien im ersten Schwerpunkt konnte gezeigt werden, dass sich durch länderbezogene Nachrichtenfaktoren weit mehr erklären lässt als nur selektives Gatekeeping (also die reine Medienpräsenz eines Landes). Auch verschiedene Qualitäten der medialen Präsenz eines Landes sind durch länderbezogene Nachrichtenfaktoren vorhersagbar. Zusätzlich wurde das klassische Erklärungsmodell um einen neuen Prädiktor erweitert, der einen eigenständigen, unabhängigen Beitrag zur Erklärung der medialen Präsenz eines Landes in der Auslandsberichterstattung leistet. Abbildung 2 zeigt das erweiterte Erklärungsmodell auf Basis der Befunde.

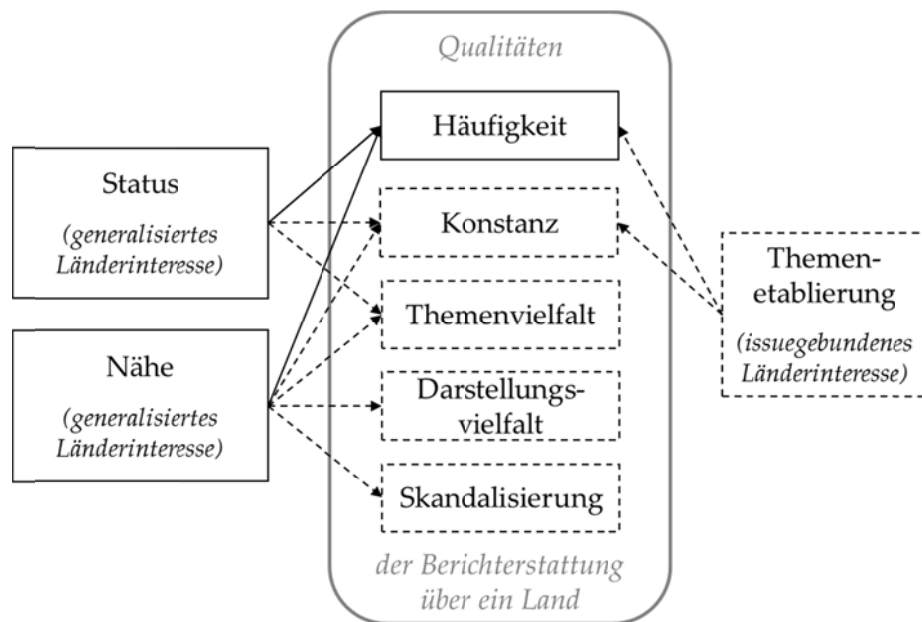


Abbildung 2: Erweitertes Erklärungsmodell zentraler Qualitäten der Auslandsberichterstattung

Im Modell repräsentieren durchgezogene schwarze Linien und von diesen umrandete Konstrukte die unabhängigen Variablen, abhängigen Variablen und Relationen des klassischen Erklärungsmodells (vgl. bspw. Hester, 1973). Durchbrochene Linien und von diesen umrandete Konstrukte stellen neue Zielgrößen, Prädiktoren und Relationen dar, die das traditionelle Modell auf nachrichtenwerttheoretischer Basis differenzieren und erweitern. Mit dem erweiterten Erklärungsmodell ist auf Grund der Differenzierung der abhängigen Variablen eine Steigerung des Informationsgehalts des theoretischen Modells verbunden und die Integration des neuen Prädiktors impliziert eine Steigerung des prognostischen Gehalts gegenüber dem bisherigen Erklärungsmodell.

3.2 Schwerpunkt II: Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution

3.2.1 Forschungsstand und Zielstellung der eigenen Arbeit

Wie die Einordnung (siehe 2) zeigte, sind die Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf die Verarbeitung von Nachrichtenereignissen durch das Publikum zwar in der Theorie integraler Bestandteil des nachrichtenwerttheoretischen Forschungsprogramms, sie erfuhren aber weit weniger Aufmerksamkeit in der empirischen Forschung als Einflüsse auf die Entstehung des ‚media image‘. Auch verschiedentlich formulierten Forderungen, den Gegenstandsbereich der Theorie auf die Rezeption auszuweiten sowie entsprechende Forschung zu intensivieren und zu differenzieren (Eilders & Wirth, 1999, S. 54; Maier et al., 2010, S. 114) wird nur selektiv Rechnung getragen: Die Forschung konzentriert sich stark auf Erinnerungseffekte.

Eine theoretische Basis zur Verbindung von Nachrichtenfaktoren mit Rezeptionsphänomenen stellt Eilders' (1997) Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren dar. Demnach sind Nachrichtenfaktoren Merkmale von Nachrichtenereignissen, die Menschen kollektiv übereinstimmend veranlassen, diesen Relevanz zuzuweisen

und die deshalb selektive, reduktive, konstruktive und elaborative Verarbeitungsprozesse systematisch beeinflussen (Eilders, 1997, S. 85ff.). Zur Erklärung von Selektions- und Erinnerungseffekten theoretisiert Eilders insbesondere den Zusammenhang zwischen Nachrichtenfaktoren und Aufmerksamkeitsallokation sowie Informationsintegration und -speicherung bei der Rezeption (Eilders, 1997, S. 85ff.). Grundlage dafür bildet die Annahme eines Relevanzschemas, in dem Nachrichtenfaktoren die Kriterien darstellen, nach denen Menschen Nachrichten Relevanz zuweisen und das Rezipienten einerseits auf Basis ihrer Nachrichtennutzung erwerben und das andererseits darauf basiert, was Menschen aus evolutionären und allgemeinspsychologischen Gründen sowie sozialisationsbedingt für wichtig erachten (Eilders, 1997, bes. S. 119ff.).

In der empirischen Forschung zu Selektions- und Erinnerungswirkungen wird indirekt auf die Existenz eines solchen Relevanzschemas geschlossen (siehe dazu auch Früh, 2010, S. 47). Da die Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren zentral für die gesamte nachrichtenwerttheoretische Forschungsperspektive ist, ist eine direktere systematische Forschung zu dieser Konzeptualisierung indiziert. Ein direkterer empirischer Zugang ist möglich, weil sich Relevanzzuweisungen nicht nur indirekt über Erinnerungseffekte erschließen lassen, sondern sich auch in Urteilsprozessen, konkret *Relevanzurteilen*, niederschlagen sollten.

Zwar existieren einige Studien, die Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile prüfen (Fretwurst, 2008; Früh, 2010; Ruhrmann, 1989; Sande, 1971; Schulz, 1977), auf Grund der methodischen Disparität dieser Forschung und des Fehlens experimenteller Studien (siehe dazu ausführlich Weber & Wirth, im Druck) lassen sich die Befunde aber nur mit Vorsicht zur empirisch fundierten Beurteilung des Zusammenhangs heranziehen. In einer Zusammenschau (ebd.) zeigen sich neben einigen konsistent gefundenen Zusammenhängen auch deutliche Divergenzen bezüglich einzelner Nachrichtenfaktoren. Besonders relevant sind deshalb die zwei Hauptbefunde der bisher einzigen Studie auf Individualebene: Die Effekte der von Früh (2010) untersuchten Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile sind offensichtlich schwach und themenabhängig; weiterhin können nicht alle gleichermaßen als Relevanzindikatoren begriffen werden (Früh, 2010, S. 161ff.). Auf Basis dieser Befundlage sei, so das Fazit (Früh, 2010, S. 168, 172, 209), zu erwägen, dass die theoretische Grundannahme unzutreffend ist.

Angesichts der methodisch bedingt begrenzten Aussagekraft der bisherigen Forschung erscheint diese Schlussfolgerung verfrüht – insbesondere angesichts der heuristischen Kraft (i.S. Lakatos', vgl. z.B. Lakatos, 1974, S. 133), die die Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren im Forschungsprogramm der Nachrichtenwert-Perspektive insgesamt einnimmt: Sie lässt sich einerseits dem harten Kern des Forschungsprogramms zurechnen (weil sie erklärt, warum Nachrichtenfaktoren über verschiedene Instanzen der Nachrichtenvermittlung hinweg Selektivität steuern). Und andererseits stellt sie die theoretische Basis für die Erweiterung des Vermittlungsmodells auf Rezeptionsprozesse sowie die einzige bisher angebotene Erklärung für Erinnerungseffekte von Nachrichtenfaktoren dar.

Vor diesem Hintergrund verfolgt der Artikel im zweiten Schwerpunkt das Ziel, das Konzept der Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren einem möglichst direkten und stren-

gen empirischen Test zu unterziehen. Dazu sollten 1) Zusammenhänge zwischen Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution experimentell geprüft werden und 2) Randbedingungen des Zusammenhangs zwischen Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution exploriert werden, die sich unmittelbar aus Eilders' (1997) Konzeptualisierung ableiten lassen.

3.2.2 Artikel 3: *Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution. Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile von Rezipienten und die moderierende Rolle von Civic Pride*

(verfasst als Erst- und Hauptautor in Koautorenschaft mit Werner Wirth, zur Publikation angenommen in *Medien & Kommunikationswissenschaft*)ⁱ

Im dritten Artikel (Weber & Wirth, im Druck) wurde der Einfluss der Nachrichtenfaktoren *Kontroverse*, *Schaden*, *Reichweite* und *Nähe* auf die wahrgenommene Relevanz eines Nachrichteneignisses auf Basis von fünf Experimenten geprüft. Exemplarisch wurde zudem der kombinierte Einfluss der Nachrichtenfaktoren *Schaden* und *Nähe* auf Relevanzattributionen untersucht und die Bedeutung der Internalisierung staatsbürgerlicher Normen als Randbedingung der Relevanzattribution durch diese beiden Nachrichtenfaktoren exploriert.

Die Ergebnisse zeigen, dass *Kontroverse*, *Nähe* und *Schaden* die wahrgenommene Relevanz eines Nachrichteneignisses positiv beeinflussen, während ein Effekt der *Reichweite* nicht nachgewiesen werden konnte. Für die Kombination der Nachrichtenfaktoren *Schaden* und *Nähe* konnte gezeigt werden, dass sie einen unabhängig-additiven Effekt auf Relevanzzuschreibungen haben. Zudem konnten wir nachweisen, dass der Einfluss von *Schaden* auf Relevanzurteile von der Internalisierung staatsbürgerlicher Normen abhängig sein kann.

3.2.3 Beitrag des Artikels zur nachrichtenwerttheoretischen Forschung

Der Artikel trägt einerseits zum Forschungsfeld ‚Nachrichtenfaktoren und Rezeption‘ bei, weil er auf Basis experimenteller Befunde belastbarere Aussagen zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Urteilsprozesse ermöglicht, als dies auf Basis der bisherigen Forschung möglich war. Er liefert zudem erstmals Erkenntnisse zum Effekt von Nachrichtenfaktorkombinationen und zu Randbedingungen der Relevanzattribution durch Nachrichtenfaktoren.

Andererseits leistet der Artikel einen grundlegenden Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Forschung in nachrichtenwerttheoretischer Perspektive insgesamt. Dem Konzept der Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren wurde hier das Potential zugesprochen, die nachrichtenfaktoren-gesteuerte Selektivität in der Nachrichtenvermittlung über die verschiedenen Stufen des Nachrichtendiffusionsprozesses hinweg erklären zu können. Diese Erklärung lässt sich wie folgt explizieren: Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren werden durch Relevanzeinschätzungen vermittelt, und zwar indem a) Nachrichtenfaktoren die wahrgenommene Relevanz eines Nachrichteneignisses positiv beeinflussen und b) Selektion über die verschiedenen Stufen des Diffusionsprozesses hinweg relevanzorientiert erfolgt. Eine notwendige Bedingung dafür, dass das Konzept als Erklärung Gültigkeit beanspruchen kann ist mithin, dass Nachrichtenfaktoren die Relevanzeinschätzungen von Individuen tatsächlich beeinflussen. Und unabhängig davon, welcher Selektionsprozess konkret betrachtet wird, ist dieser Zusammenhang Bestandteil *aller* Erklärungen

nachrichtenfaktoren-gesteuerter Selektivität (zumindest solange man das Konzept der Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren als universelles Erklärungskonzept ansieht). Unsere Befunde implizieren, dass man (entgegen dem skeptischen Fazit der bisherigen Forschung) empirisch besser begründet als bisher den so explizierten theoretischen Kern des gesamten Forschungsprogramms akzeptieren kann.

3.3 Schwerpunkt III: Nachrichtenfaktoren und Anschlusskommunikation

3.3.1 Forschungsstand und Zielstellung der eigenen Arbeit

Übergeordnete Zielstellung im dritten Schwerpunkt ist die Prüfung der Annahme, dass Nachrichtenfaktoren auch zur Erklärung von Vermittlungsprozessen geeignet sind, die der Entstehung eines ‚personal image‘ im Zuge der Rezeption nachgelagert sind (siehe S. 8, Abbildung 1). Konkret geht es in diesem neuesten, erst im Entstehen begriffenen Forschungszweig der Nachrichtenwert-Perspektive um die Frage, ob Nachrichtenfaktoren auch *Selektionseffekte in der Anschlusskommunikation* zu Nachrichten haben.

Anschlusskommunikation wird in der Kommunikationswissenschaft für gewöhnlich als Schnittmenge aus interpersonaler und massenmedialer Kommunikation konzeptualisiert, d.h. als Kommunikation, die massenmediale Angebote zum Gegenstand oder Ausgangspunkt hat und typische Merkmale interpersonaler Kommunikation aufweist (Eble, 2011; Hefner, 2012, S. 15f., 61ff.; Sommer, 2010, S. 26; M. Weber & Ziegele, 2012). Als Anschlusskommunikation im weitesten Sinne wird also die kommunikative Verarbeitung publizistischer Angebote innerhalb des Publikums dieser Angebote bezeichnet (s.a. Eble, 2013). Kepplinger und Martin (1986, s.a. Kepplinger 2010) zeigten, dass mehr als zwei Drittel der Alltagsgespräche Referenzen auf Medien aufweisen und dass Anschlusskommunikation in den unterschiedlichsten Kontexten stattfindet (s.a. Gehrau & Goertz, 2010). Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren in der Anschlusskommunikation zu Nachrichten liegen vor, wenn Nachrichtenfaktoren beeinflussen, ob und wie intensiv Nachrichtenereignisse Gegenstand oder Ausgangspunkt dieser Anschlusskommunikation werden.

Zum Zeitpunkt der Durchführung der eigenen Studie (s.u.) hatten solche Selektionseffekte in der Fachliteratur noch keine Aufmerksamkeit erfahren: Arbeiten zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Anschlusskommunikation waren nicht publiziert. Gegenwärtig stößt dieser Gegenstand aber verstärkt auf Interesse und um einen Kontext für die Diskussion der Befunde meiner Arbeiten zu schaffen, werden die zentralen Ergebnisse der bisher publizierten Studien im Folgenden kurz dargestellt.

Grundlegend zeigten Sommer et al. (2012, Studie 1), dass Gespräche über Medienthemen sehr häufig durch Nachrichtenfaktoren geprägt sind: 80 Prozent der von ihnen untersuchten Gespräche referenzierten Themenaspekte, auf die mindestens ein Nachrichtenfaktor zutrifft. Dieser hohe Wert ist insofern erstaunlich, als der Analyse jegliche Gespräche über Medienthemen zu Grunde lagen, nicht nur Gespräche über Nachrichten. Am häufigsten enthielten diese Gespräche Referenzen auf *etablierte* Themenaspekte, gefolgt von Bezügen auf *Verbrechen/Schaden* und *Prominenz/Elite*. Mit stärkerem Bezug auf Anschlusskommunikation zu Nachrichten untersuchte auch Sommer (2010) Referenzen auf Nachrichtenfaktoren. Sie ging u.a. der Frage nach, ob die Nachrichtenfaktoren in einem TV-Nachrichtenbeitrag in persön-

lichen Gesprächen über diesen Beitrag repliziert werden und ob sich Replikationseffekte in Gesprächen und individuellen Erinnerungen (in Form verbaler Reproduktionen) unterscheiden (siehe zu den im Folgenden knapp beschriebenen Resultaten Sommer, 2010, S. 197ff. sowie Sommer et al., 2012, Studie 3). Für den Nachrichtenfaktor *Etablierung* fand sie, dass etablierte Aspekte eines Themas in Gesprächen häufiger thematisiert werden als nicht-etablierte. Letztere werden aber in persönlichen Gesprächen häufiger repliziert als in der individuellen Erinnerung. Im Gegensatz dazu werden *kontroverse* Aspekte eines Themas in Gesprächen seltener thematisiert bzw. repliziert als in den Erinnerungen. Hinsichtlich der Replikation *personalisierter* Themenaspekte unterscheiden sich Gespräche nicht von individuellen Reproduktionen.

Mit der Ermittlung des Einflusses der Nachrichtenfaktoren eines Themas auf die Anzahl der darüber geführten Gespräche legen Sommer et al. (2012, Studie 2) auch Befunde zu Selektionseffekten vor. Sie fanden, dass die Nachrichtenfaktoren *Etablierung* und *Überraschung* sowie die Aktualität eines Nachrichtenthemas die Anzahl der darüber geführten Gespräche direkt positiv beeinflussen. Die Faktoren *Personenbezogenheit*, *Zerstreuung*, *Politische Entscheidung* und *Kontroverse* tragen indirekt zu einem größeren Ausmaß an Anschlusskommunikation bei, indem sie die Beachtung erhöhen, die ein Thema durchschnittlich in den Nachrichten findet. Diese Beachtung beeinflusst wiederum die Anzahl der Gespräche pro Thema positiv. Interessant ist zudem der Befund, dass *Kontroverse* und *Schaden/Aggression* die Anzahl der über ein Nachrichtenthema geführten Gespräche reduzieren: Sie haben einen negativen Selektionseffekt auf Anschlusskommunikation in Form von persönlichen Gesprächen. Für Anschlusskommunikation in privaten, nicht-kommerziellen Weblogs (Blogs) konnten Scherer et al. (2012) diese Befunde nur eingeschränkt replizieren: Konsistent mit Sommer et al. (2012, Studie 2) fanden sie, dass Blog-Posts, die *Überraschendes* und Themen hoher *Reichweite* zum Gegenstand haben, häufiger kommentiert werden. Effekte anderer Nachrichtenfaktoren auf die Anzahl der zu einem Post verfassten Leserkommentare fanden Scherer et al. (2012) nicht. Anders Zuber (2012), der Anschlusskommunikation in A-List-Blogs untersuchte, zu denen auch Blogs etablierter Offline-Massenmedien gehören. Dort fand er negative Effekte von *Einfluss* und *Nutzen* auf die Kommentaranzahl sowie positive Effekte von *Kontroverse* und *Personalisierung* (Zuber, 2012, S. 267).

Die vorgestellten Studien konzentrieren sich auf nicht-medial vermittelte Formen der Anschlusskommunikation, nämlich Gespräche (siehe dazu grundlegend Lerg, 1970). Zu Anschlusskommunikation in Online-Medien (siehe zur Definition Schweiger, 2008) liegen bisher nur erste Befunde für Blogs vor. Basierend auf dem Vergleich der Befunde der Studien ist anzunehmen, dass der spezifische Einfluss der Nachrichtenfaktoren je nach Kommunikationsform variiert. In den eigenen Arbeiten sollten deshalb Selektionseffekte der Nachrichtenfaktoren in einer weiteren durch Online-Medien vermittelten Form von Anschlusskommunikation untersucht werden. Ein Teil der durch Online-Medien realisierten interpersonellen Kommunikation lässt sich mit Haas und Brosius (2011) als interpersonal-öffentliche Kommunikation charakterisieren. Diese ist einerseits potentiell interaktiv wie face-to-face Gespräche, andererseits und im Gegensatz dazu aber öffentlich, d.h. allgemein zugänglich und beobachtbar. Gleichzeitig bedingt die spezifische Form der medialen Vermittlung Veränderungen im Erleben und Kommunikationsverhalten gegenüber nicht-vermittelten face-to-face Gesprächen (siehe bspw. Döring, 2003, S. 149ff.). Aus einer öffentlichkeitstheoreti-

schen Perspektive (siehe bspw. Dahlberg, 2004, 2011) besonders interessant sind Erscheinungen interpersonal-öffentlicher Anschlusskommunikation, die zu gesellschaftlich relevanten Gegenständen erfolgen und dabei eine hohe Reichweite haben. *Leser-Kommentare zu politischen Themen in reichweitenstarken Online-Zeitungen* erfüllen diese Kriterien und sind deshalb Gegenstand der Artikel in diesem Schwerpunkt.

Diese Artikel verfolgen vier Ziele: *Erstens* soll die Frage nach Selektionseffekten von Nachrichtenfaktoren in der Anschlusskommunikation stärker als bisher theoretisch fundiert werden. *Zweitens* sollen Selektionseffekte am gewählten Gegenstand empirisch geprüft werden, um die Frage zu klären, ob Nachrichtenfaktoren tatsächlich beeinflussen, ob und wie intensiv ein Nachrichtenereignis kommentiert wird. *Drittens* soll die Bedeutung der medialen Randbedingungen der spezifischen Form von Anschlusskommunikation auf Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren untersucht werden. *Viertens* soll ein differenzierender Blick auf die spezifische Form der Anschlusskommunikation geworfen und Selektionseffekte getrennt für die Beteiligung an und die Interaktivität von Anschlusskommunikation geprüft werden. Das soll Aufschluss darüber geben, durch welche dieser Prozesse Nachrichtenfaktoren beeinflussen, wie intensiv Nachrichtenereignisse Gegenstand von Anschlusskommunikation werden. Insgesamt soll durch Beantwortung dieser Forschungsfragen die Erweiterung des nachrichtenwerttheoretischen Vermittlungsmodells um Anschlusskommunikation online theoretisch und empirisch fundiert werden.

3.3.2 Artikel 4: Nachrichtenfaktoren & User Generated Content. Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites

(verfasst in Alleinautorenschaft, publiziert in *Medien & Kommunikationswissenschaft*)

Der vierte Artikel der Dissertation (Weber, 2012b) ist zunächst der theoretischen Reflexion des Zusammenhangs von Nachrichtenfaktoren und Anschlusskommunikation in Form von Leserkommentaren gewidmet. Basierend auf Eilders' (1997) Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren werden Hypothesen über die Selektionseffekte der einzelnen Nachrichtenfaktoren theoretisch abgeleitet. Diese Selektionseffekte wurden dann separat für Leserkommentare in der In- und Auslandsberichterstattung geprüft.

Die Befunde stützen grundsätzlich die Erweiterung des nachrichtenwerttheoretischen Vermittlungsmodells auf Anschlusskommunikation online. Gleichzeitig zeigt sich aber, dass sich die Selektionseffekte einzelner Nachrichtenfaktoren in der In- und Auslandsberichterstattung unterscheiden. Gemessen an der Anzahl der Nutzerkommentare pro Nachrichtenbeitrag beeinflusst lediglich der Nachrichtenfaktor *Schaden* sowohl in der In- und Auslandsberichterstattung die Intensität der Anschlusskommunikation positiv. Weitere Selektionseffekte lassen sich vor allem in der Inlandsberichterstattung nachweisen: *Reichweite*, *Etablierung* und *Dauer/Frequenz* beeinflussen die Kommentierungsintensität positiv, während *Über-raschung*, *Faktizität* und *Erfolg* die Intensität von Anschlusskommunikation in den Leserkommentarbereichen einer Online-Zeitung verringern. In der Auslandsberichterstattung zeigen sich Selektionseffekte vor allem für die länderbezogenen Nachrichtenfaktoren *Status* und *Nähe*, wobei diese Effekte wechselseitig voneinander abhängig sind.

3.3.3 Artikel 5: *Nachrichtenfaktoren und Kommentierungsintensität von Online-Nachrichten. Die moderierende Rolle medialer Rahmenbedingungen*

(verfasst in Alleinautorenschaft, publiziert im Sammelband *MediaPolis – Kommunikation zwischen Boulevard und Parlament. Strukturen, Entwicklungen und Probleme von politischer und zivilgesellschaftlicher Öffentlichkeit*)

Im fünften Artikel (Weber, 2013b) wird die Frage aufgegriffen, ob Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren auf Leserkommentare von den medialen Rahmenbedingungen abhängig sind, innerhalb derer diese spezifische Form der Anschlusskommunikation stattfindet. Als relevante Randbedingung konzentriert sich der Beitrag auf den Einfluss der Regulierungspraxis der Kommentarfunktion auf einer Nachrichtenwebsite. Im Artikel werden drei Formen des Kommentarmanagements unterschieden, die sich in ihrer Restriktivität unterscheiden. Zudem wird theoretisch begründet, warum das Kommentarmanagement auf der Website die Zusammenhänge zwischen Nachrichtenfaktoren und der Intensität von Anschlusskommunikation moderieren könnte.

Die Befunde stützen die Vermutung, dass die Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren auf die Kommentierungsintensität von den medialen Rahmenbedingungen abhängig sein können. Konkret verringert sich der Einfluss der Nachrichtenfaktoren *Frequenz/Dauer*, *Überraschung* und *Reichweite* auf Websites mit restriktiverem Kommentarmanagement. Der Selektionseffekt von *Schaden* hingegen verstärkt sich unter dieser Bedingung. Als unabhängig von den medialen Rahmenbedingungen erwiesen sich die Effekte der Nachrichtenfaktoren *deutsche Beteiligung/Ethnozentrismus*, *Faktizität* und *Kontroverse*.

3.3.4 Artikel 6: *Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments*

(verfasst in Alleinautorenschaft, zur Publikation angenommen in *New Media & Society*)

Der sechste Artikel (Weber, 2013a) ist einer differenzierenden Analyse der Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren auf die Intensität von Anschlusskommunikation in Online-Zeitungen gewidmet. Ähnlich wie die existierende Forschung (s.o.) Selektionseffekte durch die Ermittlung von Einflüssen auf die Gesprächsanzahl nachweist, konzentrieren sich die bisherigen Studien zu Leserkommentaren auf die Ermittlung von Einflüssen auf die Kommentaranzahl. Diese Gesamtkommentaranzahl ist grundsätzlich eine Funktion a) der Anzahl der kommentierend partizipierenden Leser und b) der Anzahl der pro Kommentator geposteten Kommentare, die einen Indikator der Interaktivität der Anschlusskommunikation darstellt. Im Artikel werden diese zwei Aspekte der Intensität von Anschlusskommunikation unterschieden und Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren auf Partizipation und Interaktivität gesondert analysiert.

Der Artikel zeigt, dass ein differenzierter Blick auf die Intensität von Anschlusskommunikation neue Erkenntnisse ermöglicht. Denn neben Nachrichtenfaktoren, die die Intensität der Anschlusskommunikation (Gesamtkommentaranzahl) sowohl durch Effekte auf das Ausmaß an Partizipation als auch den Grad der Interaktivität beeinflussen (*Ethnozentrismus/deutsche Beteiligung*, *Reichweite*, *Faktizität*, *Etablierung*), zeigen sich auch unterschiedliche Selektionseffekte: *Frequenz/Dauer* beeinflusst die Intensität von Anschlusskommunikation

nur durch einen Effekt auf das Ausmaß an Partizipation. Der Nachrichtenfaktor *Einfluss* hingegen reduziert die Intensität der Anschlusskommunikation durch eine Verringerung der Interaktivität, während er das Ausmaß an Partizipation nicht berührt. *Kontroverse* und *Schaden* tragen nur über eine Steigerung der Interaktivität zur Intensität der Anschlusskommunikation bei, nicht jedoch über die Beeinflussung der Partizipation.

3.3.5 Beitrag der Artikel zur nachrichtenwerttheoretischen Forschung

Mit den Arbeiten im dritten Schwerpunkt wurde zunächst das klassische Nachrichtenvermittlungsmodell von Galtung und Ruge (1965) um Anschlusskommunikation erweitert (vgl. Abbildung 1, S. 8) und es wurde theoretisch spezifiziert, wie und warum Nachrichtenfaktoren die Intensität von Anschlusskommunikation in Form von Leserkomentaren in Online-Zeitungen beeinflussen. Neben diesem Beitrag zur Theorie liefern die Arbeiten erstmals auch empirische Befunde zu Selektionseffekten von Nachrichtenfaktoren in dieser Form der Anschlusskommunikation (siehe zusätzlich auch Weber, 2012a). Weiterhin konnte gezeigt werden, durch welche Mechanismen (Beeinflussung des Ausmaßes an Partizipation und/oder des Interaktivitätsgrades) einzelne Nachrichtenfaktoren die Intensität der Anschlusskommunikation beeinflussen. Zusätzlich erweitern die Arbeiten das Wissen über Randbedingungen der Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren in der Anschlusskommunikation auf Nachrichtenwebsites (nationale vs. internationale Berichterstattung, Kommentarmanagement auf einer Website).

Ein Vergleich ausgewählter Befunde³ mit den übrigen bisher verfügbaren Erkenntnissen ermöglicht zudem eine empirisch fundierte Spekulation über medienspezifische Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren in der Anschlusskommunikation und damit Erkenntnisse über weitere potentielle Randbedingungen. Tabelle 1 stellt die Befunde gegenüber. Medienspezifische Effekte sind vermutlich das Resultat von Unterschieden zwischen in Form von Gesprächen und in Form von Kommentaren realisierter Anschlusskommunikation. Potentiell erklärungsrelevante Unterschiede lassen sich auf mindestens drei (lediglich analytisch abgrenzbaren) Dimensionen beschreiben.

³ Da in der bisherigen Forschung zu Gesprächen und Kommentaren in Blogs nur Haupteffekte der Nachrichtenfaktoren untersucht und keine differenzierten Analysen für Anschlusskommunikation zu In- vs. Auslandsnachrichten durchgeführt wurden, habe ich für den Vergleich diejenigen meiner Befunde ausgewählt, die auf einem vergleichbaren Abstraktionsniveau liegen. Das sind Befunde, die auf Basis der Analyse der gesamten Berichterstattung erzielt wurden, d.h. wenn Effekte der medialen Rahmenbedingungen (Restriktivität des Kommentarmanagements) und der Art der Berichterstattung (In- vs. Auslandsberichterstattung) kontrolliert werden. Die Analysen in den Artikeln der Dissertation haben gezeigt, dass dies aber auch zentrale Randbedingungen der ausgewählten Effekte sind.

Tabelle 1: Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren in unterschiedlichen Formen von Anschlusskommunikation

Nachrichten- faktor	Gespräche		Leserkommentare in Blogs		Leserkommentare in Online-Zeitungen (Basis: gesamte Berichterstattung)		
	Repli- kation im Gespräch ¹	Ge- sprächs- anzahl ²	Kommen- taranzahl (Privat- Blogs)	Kommen- taranzahl (A-List- Blogs)	Kommen- taranzahl	Partizi- pation	Inter- aktivität
	(Sommer, 2010)	(Sommer et al., 2012)	(Scherer et al., 2012)	(Zuber, 2012)	(Weber, 2012a)	(Weber, 2013a)	(Weber, 2013a)
Schaden		-	0	0	+	0	+
Kontroverse	-	-	0	+	+	0	[+]
Ethnozentrismus				0	+	+	+
Reichweite			+	0	+	+	+
Einfluss			0	-	0	0	-
Erfolg		0	0	-	0	0	0
Etablierung	-	+	0		0	[+]	+
Überraschung		+	+	0	-	0	0
Faktizität			0		-	-	-
Dauer/Frequenz					+	+	0
Personalisierung	0		0	+	0	0	0
Prominenz			0	0	0	0	0
Sex/Erotik				+			

Legende: - = negativer Zusammenhang mit der Intensität von Anschlusskommunikation, + = positiver Zusammenhang, Leere Zellen = Effekt/Nachrichtenfaktor nicht ausgewiesen, 0 = kein signifikanter Zusammenhang. Werte in eckigen Klammern zeigen marginal signifikante Effekte.

Anmerkungen: ¹Ausgewiesen sind die Replikationseffekte der Nachrichtenfaktoren für Gespräche relativ zum Replikationseffekt der Nachrichtenfaktoren auf individuelle Erinnerung; Bsp.: kontroverse Aspekte eines Themas werden in Gesprächen seltener repliziert als in der individuellen Erinnerung (d.i. in der individuellen Nacherzählung des Themas). ²Ausgewiesen sind die direkten Effekte der Nachrichtenfaktoren auf die Anzahl der Gespräche pro Thema.

(1) Vermittlung: unvermittelt/verbal vs. computervermittelt/textbasiert

Nach Lee (2008) charakterisieren besonders drei Unterschiede zu face-to-face-Interaktionen computervermittelte interpersonale Kommunikation: Eine reduzierte Verfügbarkeit nonverbaler Hinweisreize auf die Kommunikationsteilnehmer, eine teils daraus folgende höhere wahrgenommene Anonymität der Kommunikationsteilnehmer und die fehlende Notwendigkeit einer Kopräsenz der Kommunikationsteilnehmer und Synchronizität der Interaktion. Klassische Theorien computervermittelter Kommunikation gehen davon aus, dass insbesondere die Reduktion nonverbaler Hinweisreize die Erfüllung sozialer Funktionen von

Kommunikation behindert, die dieser Hinweisreize typischerweise bedürfen (Walther, 2011), z.B. die wechselseitige Anpassung der Kommunikationspartner oder die Orientierung an sozialen Normen. Konkretisiert wird diese Annahme u.a. in einer Hypothese über den Effekt der verringerten Verfügbarkeit von Hinweisreizen auf den *sozialen Kontext*: Demnach führt insbesondere bei textbasierter Kommunikation das Fehlen von Hinweisen auf die (soziale) Identität und bestimmtes nonverbales soziales Verhalten der Kommunikationspartner (z.B. Geschlecht, Alter, Status, Charisma, Dominanz, Zuneigung) zu sozialer Enthemmung und reduzierter wechselseitiger Anpassung (Siegel, Dubrovsky, Kiesler, & McGuire, 1986; Sproull & Kiesler, 1986). Zwar gilt diese Hypothese über einen generellen disinhibierenden Effekt computervermittelter Kommunikation inzwischen als überholt (siehe bspw. Walther, 2011), doch erfolgt Anschlusskommunikation in Form von Leserkomentaren unter Bedingungen, die auch gemäß einer neueren und differenzierteren Theorie, Walthers ‚Hyperpersonal Model‘ (siehe Walther, 1996, 2011), unpersönliche Kommunikation wahrscheinlich machen. Diese ‚Unpersönlichkeit‘ computervermittelter Kommunikation zeigt sich u.a. in einer stärkeren Aufgaben- statt Beziehungsorientierung, verminderter (Gruppen-)Solidarität, vermindertem Einfluss sozialer Faktoren und häufigeren feindseligen Sprechakten im Vergleich zu regulärer, sozial wünschenswerter face-to-face-Kommunikation (Walther, 1996). Bezüglich Leserkomentaren in Online-Zeitungen kann man annehmen, dass sich die Teilnehmer nur begrenzt Zeit zur Durchführung der Kommunikation nehmen (i.d.R. vermutlich weniger als zum Führen eines Gesprächs), dass sie ein vergleichsweise geringes Interesse am Aufbau einer persönlichen Beziehung zu den Mitkommentatoren haben und meist auch für die Zukunft keine weiteren Interaktionen mit ihnen erwarten – laut Walthers (1996) ‚Hyperpersonal Model‘ der computervermittelten Kommunikation alles Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit unpersönlicher Kommunikation erhöhen. Begünstigend dürfte überdies wirken, dass die Teilnehmer i.d.R. anonym bleiben und es in vielen Fällen ausschließlich textbasierte Hinweisreize auf die anderen Kommunikationsteilnehmer gibt.

Die mit der relativen Unpersönlichkeit verbundene geringere Orientierung an sozialen Normen und soziale Enthemmung könnte auch verantwortlich sein für einige unterschiedliche Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren in der face-to-face- und online-Anschlusskommunikation. Insbesondere die unterschiedlichen Effekte der Nachrichtenfaktoren *Schaden* und *Kontroverse* (siehe Tabelle 1) lassen sich vor diesem Hintergrund interpretieren. Auf die Häufigkeit interpersonaler, nicht medial vermittelter Gespräche wirken sich diese beiden Faktoren negativ aus. Sommer et al. (2012) begründen diesen negativen Effekt damit, dass face-to-face interagierende Gesprächspartner um einen angenehmen Gesprächsverlauf bemüht sind, negative und kontroverse Themen die Realisierung dieses Gesprächsziels aber gefährden und „für die wichtige Validierungsfunktion von Gesprächen und den sozialen Vergleich eher abträglich [sind]“ (Sommer et al., 2012, S. 397). Folglich werden kontroverse und negative Themen tendenziell vermieden. In der Anschlusskommunikation online ist das nicht der Fall: Einerseits wirken sich die Nachrichtenfaktoren nicht negativ auf die Partizipation in den Kommentarbereichen von Online-Zeitungen aus und auch in Blogs lässt sich kein Vermeidungseffekt erkennen. Andererseits *steigern* die beiden Nachrichtenfaktoren in Online-Zeitungen sogar die Intensität der Anschlusskommunikation durch eine Erhöhung der Interaktivität der Kommentare. Eine verringerte Orientierung an konventionellen Gesprächsnormen und das verminderte Bemühen um wechselseitige Anpassung in der

computervermittelt-textbasierten Kommunikation trägt also vermutlich dazu bei, dass negative und kontroverse Sachverhalte online intensiver Gegenstand der Anschlusskommunikation werden als face-to-face, wo sie eher vermieden werden.

(2) *Funktionen und Rahmung: private Alltagsgespräche vs. öffentlicher Selbstausdruck*

Weitere potentiell folgenreiche Unterschiede zwischen Gesprächen und Anschlusskommunikation in Form von Kommentaren werden deutlich, wenn man die Funktionen betrachtet, die beide für die Kommunikationsteilnehmer haben. Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass Anschlusskommunikation in Form von Gesprächen nur in seltenen Fällen der einzige Anlass der Interaktion zwischen den Kommunikationsteilnehmern ist. Vielmehr begleiten Gespräche die Alltagsinteraktionen zwischen Menschen und Referenzen auf Medien erfüllen in diesen begleitenden Alltagsgesprächen ganz bestimmte Funktionen: Sie bieten Ausgangspunkte bzw. die Themen für das Gespräch, dienen der Unterrichtung der Kommunikationspartner über Fakten und der Unterstützung der eigenen Meinung (Kepplinger & Martin, 1986; Kepplinger, 2010). Anschlusskommunikation in Form von Kommentaren dagegen begleitet nicht Alltagsinteraktionen, die ganz unterschiedliche Anlässe und Ziele haben können, sondern sie ist der Anlass der Interaktion zwischen den Kommunikationsteilnehmern; und sie ist öffentlich in dem Sinne, dass sie vor einem potentiell sehr viel größerem Publikum ‚ausgetragen‘ wird. Dementsprechend erbringt sie auch ganz andere Leistungen für die Kommunikationsteilnehmer als Gespräche: Anschlusskommunikation in Form von Kommentaren auf Nachrichtenwebsites hat hauptsächlich eine expressive und eine dissonanzreduzierende Funktion (Springer & Pfaffinger, 2012). Dominant geht es also einerseits darum, seine eigene Meinung zum Nachrichtenthema öffentlich kundzutun und seine diesbezüglichen eigenen Erfahrungen zum Ausdruck zu bringen, andererseits dient das Kommentieren der Reduktion von Dissonanz (dazu grundlegend Festinger, Irle & Möntmann, 1978), die durch journalistische Beiträge und Mitnutzer-Kommentare erzeugt wird, die den eigenen Ansichten widersprechen.

Basierend auf dieser Gegenüberstellung lassen sich zwei Annahmen treffen: 1) Die Referenz auf Medien in persönlichen Gesprächen erfüllt hauptsächlich Funktionen mit Bezug auf die Interaktion der Kommunikationspartner (Interaktionssteuerung) und ihrer Beziehung, während Anschlusskommunikation in Form von Kommentaren besonders in Online-Zeitungen hauptsächlich Funktionen bezüglich der eigenen Person erfüllt. 2) Als Konsequenz dieser funktionalen Unterschiede (und der oben explizierten Medienspezifika) entwickeln sich je nach Form der Anschlusskommunikation unterschiedliche Verhaltenserwartungen und Regeln kommunikativen Handelns (*kommunikative Rahmen*, vgl. Höflich, 1997, 1998; s.a. Beck, 2010), die das konkrete Kommunikationsverhalten beeinflussen und die die Funktionserfüllung sicherstellen sollen. Unterschiedliche Funktionen und resultierende Rahmungen der einzelnen Formen von Anschlusskommunikation könnten insbesondere zu einer Erklärung der unterschiedlichen Selektionseffekte von *Kontroverse* und *Überraschung* (vgl. Tabelle 1) beitragen.

Der oben bereits erläuterte Vermeidungseffekt von *Kontroverse* erscheint insbesondere für Gespräche funktional, da er (nach Sommer et al., 2012) einen angenehmen Interaktionsverlauf sicherstellen soll. Deshalb ist der Umgang mit Kontroverse zumindest für einige Situationen vermutlich auch Gegenstand einer Gesprächsnorm der Vermeidung kontroverser

Themen und Zurückhaltung, wenn den eigenen Sichtweisen widersprechende Ansichten geäußert werden. Gegenteiliges Handeln könnte den Vollzug der Interaktion oder die Realisierung der eigentlichen Interaktionsziele beeinträchtigen. Der Vermeidungseffekt ist also hauptsächlich mit Blick auf die Beziehungsebene der Kommunikationspartner funktional. Werden dagegen in den Kommentaren von Online-Zeitungen bei kontroversen Themen verstärkt unterschiedliche Ansichten geäußert, ist es zum Zwecke der Dissonanzreduktion funktional, sich auch wiederholt zu äußern, was die Interaktivität und dadurch die Intensität der Anschlusskommunikation erhöht. Eine Vermeidung ist nicht notwendig, weil in Online-Zeitungen die Beziehungsebene weniger wichtig ist und Funktionen bezüglich der eigenen Person im Vordergrund stehen. Zudem ist es möglich, dass im Sinne einer eigenständigen Rahmung bereits gesonderte Verhaltenserwartungen der Kommunikationsteilnehmer bestehen.

In persönlichen Gesprächen macht es, so die Argumentation von Sommer et al. (2012), eine Referenz auf *überraschende* Aspekte eines Themas wahrscheinlicher, dass der Gesprächspartner „aufhorcht“. Die Funktion ist also offensichtlich, dass dadurch etwas potentiell Neues und Interessantes ins Gespräch eingebracht wird. Dadurch kann eine Konversation entweder initiiert oder deren Kontinuität sichergestellt werden. Dadurch erhöht *Überraschung* die Gesprächswahrscheinlichkeit⁴, weil Überraschendes Ausgangspunkte bzw. Themen für Gespräche liefern kann, die Alltagsinteraktionen begleiten. Anschlusskommunikation in Form von Kommentaren muss diese Funktion nicht erfüllen, da Anlass und Thema der Kommunikation von vornherein klar sind. Entsprechend wäre ein positiver Selektionseffekt online eher nicht zu erwarten. Die Daten (siehe Tabelle 1) hingegen zeigen, dass das nur bei den A-List-Blogs der Fall ist. In privaten Blogs zeigt sich wie bei Gesprächen ein positiver, für Kommentare in Online-Zeitungen ein negativer Effekt. Der erste Befund legt nahe, dass sich Blog-Kommunikation eher an der Rahmung und Kommunikationslogik von Gesprächen orientiert und Kommentare dort Teil einer Interaktion und Konversation zwischen Blogger und Blog-Leser sind, in die der Blogger Überraschendes zur Initiierung des ‚Gesprächs‘ einbringt, worauf die Leser dann (an den Blogger adressiert) reagieren. Dieser Überlegung entspricht, dass Kommentierungen in Blogs dem Beziehungsmanagement beim Bloggen dienen (Schmidt, 2007), also Funktionen auf der Beziehungsebene erfüllen. Im Rahmen von A-List-Blogs ist diese Beziehungsebene vermutlich weniger wichtig und Kommentarfunktionen in Online-Zeitungen haben eher eine expressive Funktion und dienen der Kommunikation der Nutzer untereinander. Eine Beziehung zum Verfasser des Ausgangsartikels ist, wenn überhaupt, von untergeordneter Bedeutung und eine Referenz auf die von ihm eingebrachten überraschenden Themenaspekte entsprechend auch nicht funktional. Warum es in Online-Zeitungen sogar zu einem negativen Selektionseffekt von *Überraschung* kommt, könnte ein weiterer typischer Unterschied zwischen den betrachteten Formen der Anschlusskommunikation erklären.

⁴ Diese Interpretation unterscheidet sich von der Interpretation des Effekts durch Sommer et al. (2012), die in *Überraschung* einen Bekanntheitsindikator sehen. Demnach ist die Funktion einer Referenz auf *Überraschendes*, die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass der Gesprächspartner mitreden kann, weil die Informationen allgemein bekannt sind. M.E. ist es aber plausibler, dass damit potentiell *Unbekanntes* ins Gespräch eingebracht wird.

(3) Informationsstand: potenziell unterschiedlich vs. potenziell identisch

Insbesondere Gespräche und Leserkommentare in Online-Zeitungen unterscheiden sich hinsichtlich eines weiteren wichtigen Aspekts: dem *grundlegenden* Informationsstand der Kommunikationsteilnehmer. Damit ist das Wissen darum gemeint, *dass* sich das Nachrichtenereignis, welches Ausgangspunkt und Thema der Anschlusskommunikation ist, überhaupt zugetragen hat bzw. *was* die aktuell berichtete Entwicklung zum Thema ist. Im Rahmen von privaten Alltagsgesprächen besteht die Wahrscheinlichkeit, dass dieser Informationsstand zu Beginn der Interaktion nicht bei allen Kommunikationsteilnehmern gleich ist. Bei Anschlusskommunikation im Rahmen von Online-Zeitungen ist dies nicht der Fall, denn genau diese mediale Information ist Ausgangspunkt und Anlass der Kommunikation, weshalb alle potentiellen Kommunikationsteilnehmer diese Information teilen (sofern sie den Medienbeitrag, zu dem sie kommentieren, auch rezipiert haben).

Auch dieser Unterschied könnte zur Erklärung der unterschiedlichen Selektionseffekte von *Überraschung* beitragen. In Gesprächen kann eine Referenz auf Überraschendes zu mehreren Gratifikationen führen, wenn es tatsächlich einen unterschiedlichen Informationsstand gibt: Man kann dadurch ein Gespräch initiieren oder innerhalb des Gesprächs einen interessanten Themenwechsel einleiten. Darüber hinaus kann das Einbringen überraschender Informationen mit einem Ansehensgewinn für den Informationsgeber verbunden sein und ihm im größeren Gesprächskreis Aufmerksamkeit sichern. In den Kommentarbereichen von Online-Zeitungen ist das nicht der Fall: Kein Nutzer kann auf Grund des gleichen grundsätzlichen Informationsstandes annehmen, dass der überraschende Aspekt des Themas den potentiellen Kommunikationspartnern unbekannt ist. Durch eine Referenz auf die überraschende Information kann man also nichts Neues in den Diskurs einbringen. Darüber hinaus ist die individuelle Kommentierungsbereitschaft teils vom Vor- und Hintergrundwissen zu einem Nachrichtenereignis abhängig (Diakopoulos & Naaman, 2011; Springer, 2011). Bei überraschenden Ereignissen dürften nur wenige Nutzer über genügend zusätzliches Hintergrundwissen zu einem Thema verfügen, um zusätzliche Informationen geben zu können und kommentierend darauf zu reagieren (siehe ausführlich Weber, 2012b, 2013a). Im Gegensatz zu Gesprächen senkt *Überraschung* in der Medienberichterstattung deshalb die Intensität der Anschlusskommunikation in Online-Zeitungen.

Die vorstehende Diskussion sollte zeigen, dass die aufgeführten Differenzen zwischen in Form von Gesprächen und in Form von Kommentaren realisierter Anschlusskommunikation Erklärungspotential für die unterschiedlichen Selektionseffekte einzelner Nachrichtenfaktoren bieten. Abschließend sei angemerkt, dass die vorgeschlagenen Erklärungen zum jetzigen Zeitpunkt natürlich nur Ad-hoc-Hypothesen darstellen, die künftig einer empirischen Prüfung bedürfen, um ihre tatsächliche Erklärungskraft besser einschätzen zu können.

3.4 Schwerpunkt IV: ZählDatenanalyse - Methodische Herausforderung für die nachrichtenwerttheoretische Forschung

3.4.1 Ausgangspunkt und Zielstellung der eigenen Arbeit

In zwei Bereichen der nachrichtenwerttheoretischen Forschung fällt standardmäßig ein ganz spezifischer Typ von Daten an: *ZählDaten*. So wird in nachrichtenwerttheoretisch fundierten Medienresonanzstudien Resonanz i.d.R. operationalisiert über die Anzahl der Medienbei-

träge zum Objekt, dessen mediale Präsenz erklärt werden soll. Und auch in der bisherigen Forschung zur Anschlusskommunikation wird deren Intensität als zu erklärende Variable dominant durch Zählen gemessen (Anzahl der geführten Gespräche oder Anzahl der zu einem Medienbeitrag geposteten Kommentare). Im vierten Schwerpunkt der Dissertation geht es um die Frage, wie angemessen der Einsatz standardmäßig genutzter datenanalytischer Methoden für die Analyse dieses Datentyps ist. Zähldaten stellen auf Grund ihrer spezifischen Eigenschaften besondere Anforderungen an die Datenanalyse, die bisher in der kommunikationswissenschaftlichen Methodenliteratur nicht behandelt werden.

Der Artikel in diesem Schwerpunkt verfolgt deshalb drei Ziele: *Erstens* die Identifikation von Auswertungsstrategien, die routinemäßig bei der Analyse von Zählvariablen in regressionsanalytischen Ansätzen angewendet werden. *Zweitens* soll an einem Datenbeispiel illustriert werden, welche Probleme mit diesen Analysestrategien verbunden sind. *Drittens* sollen alternative Datenanalyseverfahren besprochen werden, die nicht mit diesen Problemen behaftet sind und die deshalb in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung standardmäßig zur Analyse von Zähldaten etabliert werden sollten.

3.4.2 Artikel 7: Zähldaten und ihre Analyse in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung

(verfasst als Erst- und Hauptautor in Koautorenschaft mit Rinaldo Kühne, publiziert im Sammelband *Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung*)ⁱⁱ

Auf Basis einer nachrichtenwerttheoretisch fundierten Medienresonanzstudie wird im Artikel (Weber & Kühne, 2013) exemplarisch illustriert, wie abhängige Zählvariablen gegenwärtig dominant analysiert werden und welche Probleme damit verbunden sind. Die dominierende Praxis bei der Analyse von Zähldaten in regressionsanalytischen Ansätzen ist die Schätzung der Regressionskoeffizienten mittels Methode der kleinsten Quadrate (KQ-Regression). Es wird gezeigt, dass Zähldaten typischerweise zentrale Prämissen verletzen, die dieses Vorgehen rechtfertigen. In der Konsequenz führt diese Praxis zu verzerrten, ineffizienten und inhaltlich nicht sinnvollen Regressionskoeffizienten und erlaubt zudem keine vertrauenswürdigen inferenzstatistischen Entscheidungen. Aus diesem Grund stellt sich die Frage nach sinnvollen Alternativen zu diesem Standardvorgehen. Variablentransformationen stellen nur bedingt eine Alternative dar, da sie die Probleme, die bei der Analyse von Zähldaten in KQ-Regressionen auftreten, nicht in jedem Fall lösen oder die Aussagekraft der Ergebnisse unnötig einschränken.

Poisson- und Negativ-Binomial-Regression stellen die alternativen Standardmodelle für die Analyse von Zähldaten dar. Für beide wird im Artikel in die Grundlogik des Regressionsansatzes und des Schätzverfahrens, zentrale Prämissen sowie in Möglichkeiten der Interpretation und Bewertung der Analysen eingeführt. Der Artikel schließt mit einer praxisorientierten Anwendungsempfehlung.

3.4.3 Beitrag des Artikels zur nachrichtenwerttheoretischen Forschung

Der Artikel soll durch eine grundlegende methodische Reflexion der Zähldatenanalyse, durch eine Einführung in angemessene Standardmethoden und durch einen Vorschlag für

ein Standardvorgehen für die Analyse von Zählraten in Regressionsansätzen zur Etablierung angemessener datenanalytischer Methoden in zwei Bereichen der nachrichtenwerttheoretischen Forschung beitragen. Wird dieser Vorschlag aufgegriffen, ist in diesen Bereichen künftig mit belastbareren und teils auch aussagekräftigeren Befunden zu rechnen, als dies bisher der Fall war.

Darüber hinaus leistet der Artikel einen grundsätzlichen Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Methodenliteratur. Zählraten fallen in sehr vielen Bereichen der kommunikationswissenschaftlichen Forschung an, z.B. in der Forschung zur politischen Kommunikation als Häufigkeit staatsbürgerlicher Partizipation (z.B. Dylko, 2010), in der Kultivierungsforschung bspw. als Realitätswahrnehmung in Form der geschätzten Anzahl von Verbrechen (Diefenbach & West, 2001), in der Wissensklutforschung als Anzahl korrekter Antworten bei Wissensabfragen (z.B. Slater, Hayes, Reineke, Long, & Bettinghaus, 2009), in der Diffusionsforschung als Anzahl der Übernehmer einer Innovation (z.B. Hofstede, 2001) oder in der Selektions- und Werbeforschung in Form von Kontakt- und Nutzungshäufigkeiten (z.B. Huang & Lin, 2006; Peer & Ksiazek, 2011). Da eine grundsätzliche Auseinandersetzung mit den Besonderheiten dieser Daten und den Konsequenzen für die Datenanalyse in der kommunikationswissenschaftlichen Methodenliteratur bisher fehlte, trägt der Artikel generell zur Etablierung neuerer und angemessener Methoden in der Kommunikationswissenschaft bei, von denen eine Vielzahl an Forschungsfeldern neben der nachrichtenwerttheoretischen Forschung profitieren kann.

4 Die Nachrichtenwert-Perspektive: Potentiale künftiger Forschung

In den Artikeln der Dissertation werden jeweils die Potentiale für künftige Forschung umfassend diskutiert. Im Folgenden werden mögliche Ziele für künftige Forschung spezifisch mit Blick auf die drei im Rahmen der Dissertation berücksichtigten inhaltlichen Bereiche der kommunikationswissenschaftlichen Forschung in nachrichtenwerttheoretischer Perspektive zusammengefasst.

Ein erstes Ziel künftiger Forschung im ersten thematischen Schwerpunkt (Nachrichtenfaktoren und Nachrichtengeographie der Auslandsberichterstattung) kann darin bestehen, das erweiterte Erklärungsmodell einer erneuten empirischen Überprüfung zu unterziehen. Das Modell wurde bisher nur auf Basis der Osteuropaberichterstattung einer kleinen Anzahl von Tageszeitungen getestet. Um zu prüfen, ob sich die Befunde generalisieren lassen und mögliche Randbedingungen der Zusammenhänge zu identifizieren, sollten Folgestudien mit größeren Stichproben arbeiten, die mehrere Länder, mehrere Medien und längere Zeiträume umfassen.

Ein zweites Ziel kann die weitere Ausdifferenzierung des ‚media image‘ eines Landes in der Auslandsberichterstattung sein. Als relevante Qualitäten wurden in der Erweiterung des Erklärungsmodells die Kontinuität der Berichterstattung, die Themen- und Darstellungsvielfalt sowie das Ausmaß der Skandalisierung der Berichterstattung über ein Land integriert. Den Hintergrund dafür bilden die kritischen Debatten über die Bedeutung dieser Qualitäten der Berichterstattung für das Ansehen und Verständnis eines Landes in der Öff-

fentlichkeit eines anderen. Unbestreitbar sind dafür noch weitere Qualitäten relevant und künftige Forschung sollte prüfen, ob auch sie in einem systematischen Zusammenhang zu den bisher identifizierten Erklärungsfaktoren stehen. Die gegenwärtige Forschung entwickelt sich bereits in diese Richtung und zeigt, dass sich auch der Grad der Personalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung in das Modell integrieren, d.h. durch Indikatoren des Status' und der Nähe eines Landes vorhersagen lässt (Balmas & Sheafer, 2013).

Drittens wäre eine intensivere konzeptuelle Auseinandersetzung mit den unabhängigen Variablen des Modells wünschenswert. Insbesondere der Frage nach einer sinnvollen und angemessenen Dimensionierung des Faktors *Nähe* sollte im Rahmen künftiger Forschung nachgegangen werden, um zu einheitlicheren Vorhersagemodellen zu gelangen, als das bisher der Fall ist (vergleiche z.B. die unterschiedlichen Dimensionierungen und Operationalisierungen bei Scherer, Tiele, Haase, Hergenröder, & Schmid, 2006 und Sheafer, Ben-Nun Bloom, Shenhav, & Segev, 2013 sowie Weber, 2010). Die Beantwortung der Frage nach einer angemessenen und überschaubaren Dimensionierung des Faktors scheint umso drängender, als sich verstärkt Interaktionen zwischen den Dimensionen als erklärungsrelevant für die unterschiedlichen Qualitäten der Auslandsberichterstattung erweisen (vgl. Scherer et al., 2006; Sheafer et al., 2013; Weber, 2010).

Ein vierter Fokus künftiger Forschung könnte auf der relativen Erklärungsleistung ereignis- vs. länderbezogener Nachrichtenfaktoren liegen (s.a. Scherer & Mono, 2012). Bisher berücksichtigt das erweiterte Erklärungsmodell lediglich länderbezogene Nachrichtenfaktoren als unabhängige Variablen. Natürlich können aber auch Merkmale aktueller Ereignislagen (wie sie durch weitere Nachrichtenfaktoren beschrieben werden) für jede der abhängigen Variablen relevant sein. Sowohl die Länder- als auch die Ereignisebene angemessen simultan zu berücksichtigen stellt aber eine nicht zu unterschätzende methodische Herausforderung dar. Bisher existieren unterschiedliche Ansätze, diese Herausforderung anzugehen (vergleiche bspw. die Umsetzung bei Scherer & Mono, 2012 mit der bei Weber, 2011). Künftige Forschung sollte ausgehend von einer systematischen Analyse der methodischen Probleme innovative Wege in der Beantwortung der Frage gehen, was die Qualitäten der Auslandsberichterstattung stärker beeinflusst – Länder- oder Ereignisfaktoren? Mehrebenenanalysen, wie sie in anderen Feldern nachrichtenwerttheoretischer Forschung seit neuestem eingesetzt werden (Pape, Quandt, Scharkow, & Vogelgesang, 2012), erscheinen hier als vielversprechende Alternative.

In den Studien zur Nachrichtengeographie und zu internationalen Nachrichtenflüssen werden die Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren fast ausschließlich auf Aggregatebene getestet. Weitgehend ungeklärt ist deshalb die Frage, durch welche Mechanismen länderbezogene Nachrichtenfaktoren die verschiedenen Qualitäten der Auslandsberichterstattung beeinflussen. Dies kann eine fünfte Frage für künftiger Forschung sein. Denkbar ist bspw., dass Ländermerkmale über die Verteilung der Nachrichteninfrastruktur und der Ressourcen von Nachrichtenagenturen und –medien in den Weltregionen Einflüsse auf das Nachrichtenvolumen aus einem Land haben, was sich wiederum in der Häufigkeit und Kontinuität der Berichterstattung niederschlägt. Weiterhin könnten Ländermerkmale über die Selektions- und Darstellungsentscheidungen von Journalisten in Agenturen die Qualitäten der Auslandsberichterstattung in den Nachrichtenmedien beeinflussen (dazu Wilke & Rosen-

berger, 1994). Eine Beschreibung und Integration dieser Prozesse und Mechanismen stellt eine wesentliche theoretische Herausforderung für die künftige Forschung im ersten Schwerpunkt der nachrichtenwerttheoretischen Forschung dar.

Ein erstes Ziel künftiger Forschung im zweiten thematischen Schwerpunkt (Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution) kann darin bestehen, die durch unsere Studie implizierten Randbedingungen der gefundenen Effekte zum Gegenstand der Forschung zu machen. Zu prüfen wäre bspw., ob sich die Effekte auf die Inlandsberichterstattung generalisieren lassen und welche Rolle Themen für die Relevanzattribution durch Nachrichtenfaktoren spielen. Darüber hinaus wäre experimentell für weitere als die bisher berücksichtigten Nachrichtenfaktoren zu klären, ob, wie und ggf. unter welchen Bedingungen sie Relevanzeinschätzung von Rezipienten beeinflussen.

Ein zweites Ziel kann darin bestehen, stärker als bisher die Effekte der Kombination von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile zu explorieren. Zu klären wäre bspw., ob für alle Faktorkombinationen unter allen Bedingungen von unabhängig-additiven Effekten ausgegangen werden kann (wie das die Theorie Galtung & Ruge, 1965 und unsere Befunde nahelegen). Interessant wären hier besonders Befunde zu den Effekten der Kombination deutlich ereignisbezogener Nachrichtenfaktoren mit sog. „Gestaltungsfaktoren“ wie bspw. *Personalisierung* (siehe zu dieser Klassifikation Fretwurst, 2008).

Drittens kann Artikel 3 (Weber & Wirth, im Druck) und die Reflexion seiner Befunde in dieser Synopse Ausgangspunkt sein für Forschung, die über den Schwerpunkt ‚Nachrichtenfaktoren und Rezeption‘ hinausgeht. Um sein Erklärungspotential zu explizieren habe ich unter 3.2.3 vorgeschlagen, das Konzept der Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren auch als Hypothese über einen indirekten Effekt von Nachrichtenfaktoren auf Selektionsprozesse durch Relevanzeinschätzungen zu formulieren. Diese Hypothese kann für verschiedene Stufen der Nachrichtendiffusion getestet werden. Sie ermöglicht bspw. auch differenziertere Fragen zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf journalistische Selektionsentscheidungen. Basierend auf der vorgeschlagenen Hypothese ist zu erwarten, dass Nachrichtenfaktoren zunächst die Relevanzeinschätzungen von Journalisten beeinflussen und diese dann die Selektionsentscheidung. Künftige Forschung könnte zunächst prüfen, ob sich solche indirekten Effekte nachweisen lassen. Überdies ist aus der bisherigen Forschung zur journalistischen Selektion bekannt, dass die Selektionseffekte einzelner Nachrichtenfaktoren spezifischen Randbedingungen unterliegen, z.B. dem Verbreitungsgebiet einer Zeitung oder ob es sich um eine Qualitäts- oder Boulevardzeitung handelt (siehe u.a. Kepplinger & Ehmig, 2006). Zudem bewerten Journalisten die Nachrichtenfaktoren als unterschiedlich selektionsrelevant (vgl. Engelmann, 2012a, S. 210). Eine weitere Frage künftiger Forschung könnte deshalb sein, wie diese Effekte zustande kommen. Möglich wäre, dass die bekannten Randbedingungen a) die Relevanzattribution durch Nachrichtenfaktoren beeinflussen, b) die relevanzorientierte Selektion oder c) beides. Generell könnte gefragt werden, welche Bedingungen eine relevanzorientierte Selektion im Journalismus fördern oder hemmen. Ähnliche Fragen lassen sich auch für andere Stufen der Nachrichtenvermittlung stellen, bspw. für Nutzungsentscheidungen von Rezipienten.

Ein erstes Ziel künftiger Forschung im dritten thematischen Schwerpunkt (Nachrichtenfaktoren und Anschlusskommunikation) kann es sein, den Einfluss von Nachrichtenfaktoren

auf weitere Qualitäten der Anschlusskommunikation zu explorieren. Bezüglich interpersonal-öffentlicher Formen von Anschlusskommunikation im Kontext politischer Berichterstattung sind bspw. Einflüsse auf deren deliberative Qualitäten (siehe bspw. Dahlberg, 2004; Freelon, 2010; Stromer-Galley, 2007) interessant. Weiterhin wären Effekte von Nachrichtenfaktoren auf die wissensbildenden Qualitäten von Anschlusskommunikation relevant (siehe Hefner, 2012) sowie Effekte auf typische Verläufe und Dynamiken von Anschlusskommunikation.

Zur Fundierung der Untersuchung von Selektionseffekten in der Anschlusskommunikation wurde im Rahmen der Artikel im dritten Schwerpunkt ein theoretisches Modell entwickelt, das Nachrichtenfaktoren kausal mit der individuellen Bereitschaft verbindet, über ein Thema in der interpersonalen Kommunikation zu reden bzw. sich dazu zu äußern. Dieses Modell postuliert, dass die Effekte durch Relevanzeinschätzungen und die Verfügbarkeit von Vorwissen vermittelt werden (Weber, 2012b, 2013a, 2013b). Ein zweites Ziel künftiger Forschung kann es sein, dieses Modell auf Individualebene, am besten im Rahmen von Experimentaldesigns, einer empirischen Prüfung zugänglich zu machen.

Die Diskussion der Befunde der Studien des dritten Schwerpunkts im Kontext aller bisher verfügbaren Ergebnisse zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Anschlusskommunikation (siehe 3.3.5) hat gezeigt, dass die mediale Vermittlung von Anschlusskommunikation vermutlich eine zentrale Randbedingung der Effekte ist. Ein drittes Anliegen künftiger Forschung könnten deshalb direkte empirische Vergleiche der Selektionseffekte in verschiedenen Kommunikationssituationen sein. Diese müssten sich nicht nur hinsichtlich der Dimension medial vermittelt vs. unvermittelt unterscheiden. Situationen der Anschlusskommunikation ließen sich auch hinsichtlich der Kommunikationspartner und/oder ihrer Ziele unterscheiden. Je nach Ziel und Partner könnten bspw. Referenzen auf unterschiedliche Nachrichtenfaktoren im Rahmen der Anschlusskommunikation funktional sein. Schließlich könnte in künftiger Forschung gefragt werden, wie die unterschiedlichen Selektionseffekte unter unterschiedlichen Bedingungen zu Stande kommen.

Die Nachrichtenwerttheorie ist alt – rechnet man ihre Vorläufer hinzu (siehe zum Überblick Eilders, 1997; Maier et al., 2010), ist sie vermutlich eine der ältesten Theorien der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Überlegungen und Analysen im Sinne der Nachrichtenwert-Perspektive lassen sich sogar bis in die Anfänge der akademischen Nachrichtenforschung im Jahre 1690 zurückverfolgen (Atwood & Beer, 2001; Beer, van Ryneveld, & Schreiner, 2000). Dass die Theorie so alt geworden ist, liegt nicht zuletzt daran, dass sie sich als erklärungskräftig für die unterschiedlichsten Kommunikationsphänomene erwiesen und immer wieder neue Fragestellungen provoziert hat. Diese Arbeit belegt dies erneut und zeigt insbesondere, dass die Theorie auch nicht vor innovativen Kommunikationspraktiken kapitulieren muss. Und die vorstehende Diskussion zeigt, dass noch längst nicht alle Fragen beantwortet sind und dass die Nachrichtenwert-Perspektive auch weiterhin einen fruchtbaren Rahmen für kommunikationswissenschaftliche Forschung bietet.

Dies gilt auch, wenn man von den spezifischen Schwerpunkten nachrichtenwerttheoretischer Forschung etwas abstrahiert und die Befunde dieser Dissertation vor dem Hintergrund der grundlegenden Aussagen des Forschungsprogramms betrachtet. Ausgehend von der von Galtung und Ruge (1965) zunächst speziell für die journalistische Nachrichtenaus-

wahl formulierten Selektionshypothese bildet die Annahme *positiver* Selektionseffekte von Nachrichtenfaktoren die Standardhypothese kommunikationswissenschaftlicher Forschung in der Nachrichtenwert-Perspektive. Ausbleibende Effekte müssen entsprechend als Widerlegungen der Theorie, negative Effekte gar als Anomalien erscheinen. Die im zweiten und besonders im dritten Schwerpunkt der Dissertation vorgestellten Arbeiten und ihre Diskussion illustrieren das Potential, das mit der Berücksichtigung von *Moderatoren* verbunden ist, die die standardmäßig angenommenen Effekte partiell außer Kraft setzen oder gar umkehren können: Mit der theoretischen Ableitung und Prüfung von Moderatoren müssen negative oder ausbleibende Selektionseffekte nicht mehr zwangsläufig als Widerlegungen der Theorie oder Anomalien interpretiert werden, sondern können theoretisch erklärt werden.

Auch wenn zu potentiellen Moderatoren im Rahmen der Dissertation nur erste empirische Befunde und Ad-hoc-Hypothesen präsentiert wurden, ist damit die Entwicklung des nachrichtenwerttheoretischen Forschungsprogramms an einem Punkt angekommen, an dem begonnen wird, auch Ausnahmen von den Standardeffekten im Rahmen einer integrativen Sicht der Nachrichtenwert-Perspektive zu erklären. Da auch die Forschung zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf journalistische Selektion mit anomalen Befunden und offenen Fragen über Moderatoren konfrontiert ist (siehe zusammenfassend bspw. Kepplinger, 2008), sollten sich künftige Arbeiten – egal zu welchem Schwerpunkt des nachrichtenwerttheoretischen Forschungsprogramms – verstärkt der systematischen Suche nach Moderatoren der interessierenden Selektionseffekte widmen und damit die Fruchtbarkeit einer Nachrichtenwert-Perspektive für die kommunikationswissenschaftliche Forschung weiter unter Beweis stellen.

Endnoten: Erbrachte Eigenleistung bei Gemeinschaftspublikationen

Gemäß § 7 Absatz 3 der Promotionsverordnung der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich vom 8. Juli 2009 muss bei Gemeinschaftspublikationen die erbrachte Eigenleistung erkenn- und nachweisbar sein. Falls diese nicht direkt aus den einzelnen Publikationen hervorgeht, muss dieser Nachweis in der Synopse erfolgen und von der hauptverantwortlichen Betreuungsperson bestätigt werden.

Im Folgenden werden die bei den Gemeinschaftspublikationen erbrachten Eigenleistungen dargelegt und abschließend von der hauptverantwortlichen Betreuungsperson Prof. Dr. Werner Wirth bestätigt.

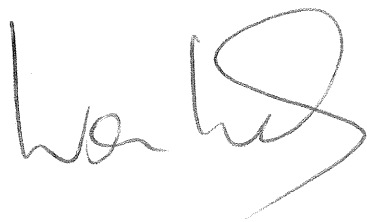
ⁱ Artikel 3: *Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution. Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile von Rezipienten und die moderierende Rolle von Civic Pride* (Weber & Wirth, im Druck).

Folgende Leistungen sind Eigenleistungen der Erstautors bei diesem Artikel: Projektidee und Entwicklung der Fragestellung, Programmierung des Fragebogens, Konzeption des Artikels und Recherchen, Datenaufbereitung, -analyse und -interpretation, Verfassen des Manuskripts. Folgende Leistungen wurden in Kooperation erbracht, zu der beide Autoren gleichgewichtig Eigenleistungen beigetragen haben: Entwicklung des Untersuchungsdesigns, der Messinstrumente, des Stimulusmaterials und des Fragebogens, Organisation der Datenerhebung für Pre- und Haupttest. Revisionen des Manuskripts erfolgten in Kooperation, zu der zu größeren Teilen der Erstautor Eigenleistungen beigetragen hat.

ⁱⁱ Artikel 7: *Zählraten und ihre Analyse in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung* (Weber & Kühne, 2013)

Folgende Leistungen sind Eigenleistungen der Erstautors bei diesem Artikel: Projektidee, Datenaufbereitung und -analyse, Verfassen des Manuskripts. Folgende Leistungen sind Kooperationsleistungen, zu denen zu größeren Teilen der Erstautor beigetragen hat: Konzeption des Beitrags. Folgende Leistungen wurden in Kooperation erbracht, zu der beide Autoren gleichgewichtig beigetragen haben: Recherchen, Dateninterpretation und Revisionen des Manuskripts.

Die erbrachte Eigenleistung wird hiermit bestätigt:



Prof. Dr. Werner Wirth

Hauptverantwortliche Betreuungsperson

Gesamtes Literaturverzeichnis

Gemäß § 17 Absatz 3 der Doktoratsordnung der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich vom 01. August 2009 muss die Synopse ein „gesamtes Literaturverzeichnis“ enthalten.

Das folgende Literaturverzeichnis enthält deshalb neben den in der Synopse genannten Quellen (mit * gekennzeichnet) auch die für die einzelnen Artikel der Dissertation zusätzlich verwendete Literatur, auf die in den jeweiligen Artikeln verwiesen wird.

- AGOF. (2008). *internet facts 2008-II: Berichtsband – Teil 2 zur internet facts 2008-II*. Abgerufen von <http://www.agof.de/index.download.d55c96c3272b95a7a210cd9ce332ae49.pdf>
- Ahern, T. J. (1984). Determinants of foreign coverage in U.S. newspapers. In R. Stevenson & D. Shaw (Hg.), *Foreign news and the new world information order* (S. 217–236). Ames Iowa: The Iowa State University Press.
- Ai, C., & Norton, E. C. (2003). Interaction terms in logit and probit models. *Economics Letters*, 80, 123–129.
- *Alscheid-Schmidt, P. (1991). *Die Kritik am internationalen Informationsfluß: Beurteilung der politischen Diskussion anhand wissenschaftlicher Untersuchungsergebnisse. Europäische Hochschulschriften, XL Kommunikationswissenschaft und Publizistik: Vol. 26*. Frankfurt M. u.a.: Peter Lang.
- Ash, E. M., Peeling A., & Hettinga K. E. (2010). *Does content matter? The effects of type and number of user-generated comments on news stories*. Abgerufen von http://www.personal.psu.edu/keh242/blogs/hettinga_teaching_portfolio/517%20Final%20Paper%20Master.pdf
- *Atwood, R. A., & Beer, A. S. de. (2001). The roots of academic news research: Tobias Peucer's "De Relationibus Novellis" (1690). *Journalism Studies*, 2(4), 485–496.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2003). *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung* (10. Aufl.). Berlin: Springer.
- Bai, S., & McCombs, M. (2007). *Second-Level Agenda Setting and Affective Intelligence: Fluctuations of Public Perceptions of Foreign Nations*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), San Francisco.
- Bakeman, R., McArthur, D., Quera, V., & Robinson, B. F. (1997). Detecting sequential patterns and determining their reliability with fallible observers. *Psychological Methods*, 2(4), 357–370.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21.
- *Balmas, M., & Sheaffer, T. (2013). Leaders first, countries after: Mediated political personalization in the international arena. *Journal of Communication*, 63(3), 454–475.
- Bauer, C. A. (2011). *User Generated Content: Urheberrechtliche Zulässigkeit nutzergenerierter Medieninhalte*. Berlin, Heidelberg: Springer
- *Baum, M. A. (2002). Sex, lies, and war: How soft news brings foreign policy to the inattentive public. *American Political Science Review*, 96(1), 91–109.
- *Beck, K. (2010). Soziologie der Online-Kommunikation. In W. Schweiger & K. Beck (Hg.), *Handbuch Online-Kommunikation* (S. 15–35). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- *Beer, A. S. de, van Ryneveld, L. F., & Schreiner, W. N. (2000). Leipzig: From Tobias Peucer's De Relationibus Novellis (1690) to Ecquid Novi (2000). *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 21(1), 6–61.

- Berens, H., & Scherer, H. (1998). Eine Nation - zwei Welten: Über die Auslandsberichterstattung in ost- und westdeutschen Tageszeitungen. In S. Quandt & W. Gast (Hg.), *Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Vol. 25. Deutschland im Dialog der Kulturen. Medien, Images, Verständigung* (S. 148–165). Konstanz: UVK.
- *Berger, R. (2009). *Information für die Elite. Unterhaltung und Trash für die Massen*. Abgerufen von http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k09_BergerRoman_01.pdf
- Bergström, A. (2008). The reluctant audience: Online participation in the Swedish journalistic context. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), 60–79.
- Berry, W. D. (1993). *Understanding regression assumptions*. Newbury Park, Calif.: SAGE.
- Birch, H., & Weitkamp, E. (2010). Podologues: conversations created by science podcasts. *New Media & Society*, 12(6), 889–909.
- Böcking, T. (2007). Sportskandale in der Presse. Thematisierungsmuster und ihre gesellschaftlichen Folgen. *Publizistik*, 52(4), 502–532.
- Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2012). How users take advantage of different forms of interactivity on online news sites: Clicking, e-mailing, and commenting. *Human Communication Research*, 38, 1–22.
- Bösch, F. (2006). Politische Skandale in Deutschland und Großbritannien. *Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung 'Das Parlament'*, (7), 25–32.
- Boulianne, S. (2009). Does internet use affect engagement? A meta-analysis of research. *Political Communication*, 26(2), 193–211.
- Bräuer, M., Seifert, M., & Wolling, J. (2008). Politische Kommunikation 2.0 - Grundlagen und empirische Ergebnisse zur Nutzung neuer Partizipationsformen im Internet. In A. Zerfaß, M. Welker, & J. Schmidt (Hg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen* (S. 188–209). Köln: Herbert von Halem.
- Brettschneider, F. (1996). Public opinion and parliamentary action. The responsiveness of the German Bundestag in comparative perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, 8(3), 292–311.
- Brettschneider, F. (1996). Parlamentarisches Handeln und öffentliche Meinung: Zur Responsivität des Deutschen Bundestages bei politischen Sachfragen zwischen 1949 und 1990. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 27, 108–126.
- Brettschneider, F. (1998). Massenmedien, öffentliche Meinung und Außenpolitik. In W. Eberwein & K. Kaiser (Hg.), *Deutschlands neue Außenpolitik. Band 4: Institutionen und Ressourcen* (S. 215–226). München: Oldenbourg.
- Brewer, P., Graf, J., & Willnat, L. (2003). Priming or framing?: Media influence on attitudes towards foreign countries. *Gazette*, 65(6), 493–508.
- Brier, R. (2004). Differenz als Chance : vom Nutzen und Nachteil des Osteuropabegriffs. *osteuropa. Zeitschrift für Gegenwartsfragen des Ostens*, 54(4), 74–85.
- Brosius, H.-B. (1995). *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption: Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten*. Opladen: Westdt. Verl.
- Buis, M. L. (2010). Stata tip 87: Interpretation of interactions in non-linear models. *The Stata Journal*, 10(2), 305–308.
- Burkhardt, S. (2006). *Medienskandale: Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse*. Köln: Halem.
- Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (1998). *Regression analysis of count data*. Cambridge: Univ. Press.
- Central Intelligence Agency. (2006). *The World Factbook 2006*. Abgerufen von <https://www.cia.gov/cia/publications/factbook/index.html>
- Chang, T.-K. (1998). All countries not created equal to be news: World system and international communication. *Communication Research*, 25(5), 528–563.
- Chiot, D., & Hall, T. (1982). World-System Theory. *Annual Review of Sociology*, 8, 81–106.

- *Cippitelli, C., & Schwanebeck, A. (Hg.). (2003). *Nur Krisen, Kriege, Katastrophen?: Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen*. Dokumentation der 21. Tutzingener Medientage. München: Fischer.
- Coxe, S., West, S. G., & Aiken, L. S. (2009). The analysis of count data: A gentle introduction to Poisson regression and its alternatives. *Journal of Personality Assessment*, 91(2), 121–136.
- *Dahlberg, L. (2004). Net-public sphere research: Beyond the "first phase". *Javnost - The Public*, 11(1), 27–44.
- *Dahlberg, L. (2011). Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions'. *New Media & Society*, 16(6), 855–872.
- *Diakopoulos, N., & Naaman, M. (2011). Towards quality discourse in online news comments. In P. J. Hinds, J. C. Tang, J. Wang, J. E. Bardram, & N. Ducheneaut (Hg.), *Proceedings of the ACM 2011 Conference on Computer Supported Cooperative Work* (S. 133–142). New York, NY: Association for Computing Machinery.
- Diakopoulos, N., & Naaman, M. (2011). Topicality, time, and sentiment in online news comments. In D. Tan, S. Amershi, B. Begole, W. A. Kellogg, & M. Tungare (Hg.), *Proceedings of the 2011 annual conference extended abstracts on Human factors in computing systems* (S. 1405–1410). New York, NY: ACM.
- *Diefenbach, D. L., & West, M. D. (2001). Violent crime and poisson regression: A measure and method for cultivation analysis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(3), 432–445.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory Journalism Practices in the Media and beyond. *Journalism Practice*, 2(3), 326–342.
- *Donsbach, W. (1991). *Medienwirkung trotz Selektion: Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten*. Köln: Böhlau.
- *Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe.
- Douai, A., & Nofal, H. K. (2012). Commenting in the online Arab public sphere: Debating the Swiss minaret ban and the "Ground Zero Mosque" online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 266–282.
- *Dylko, I. B. (2010). An examination of methodological and theoretical problems arising from the use of political participation indexes in political communication research. *International Journal of Public Opinion Research*, 22(4), 523–534.
- *Eble, M. J. (2011). Perspektiven zur Anschlusskommunikation 2.0: Soziodemografie und Abläufe von Interaktion im Social Web am Beispiel von YouTube. In M. Anastasiadis & C. Thimm (Hg.), *Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft: Vol. 10. Social Media. Theorie und Praxis digitaler Sozialität* (S. 345–374). Frankfurt: Peter Lang.
- *Eble, M. J. (2013). *Medienmarken im Social Web: Wettbewerbsstrategien und Leistungsindikatoren von Online-Medien aus medienökonomischer Perspektive. Bonner Beiträge zur Onlineforschung: Vol. 5*. Münster: LIT.
- *Eilders, C. (1997). *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- *Eilders, C. (2006). News factors and news decisions. Theoretical and methodological advances in Germany. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 31(1), 5–24.
- Eilders, C., Geißler, S., Hallermayer, M., Noghero, M., & Schnurr, J.-M. (2010). Zivilgesellschaftliche Konstruktionen politischer Realität. Eine vergleichende Analyse zu Themen und Nachrichtenfaktoren in politischen Weblogs und professionellem Journalismus. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 58(1), 63–82.
- *Eilders, C., & Wirth, W. (1999). Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. *Publizistik*, 44(1), 35–57.
- Eliason, S. R. (1996). *Maximum likelihood estimation: Logic and practice*. Newbury Park, Calif.: Sage Publ.

- Emmer, M., Vowe, G., & Wolling, J. (2010). Ein Medium wird erwachsen: Die Entwicklung der politischen Informationsnutzung der Deutschen von 2002 bis 2008. In J. Wolling, M. Seifert, & M. Emmer (Hg.), *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess* (S. 87–108). Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer.
- Emmer, M., Vowe, G., Wolling, J., & Seifert, M. (2011). *Bürger online: Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Emmer, M., & Wolling, J. (2010). Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit. In W. Schweiger & K. Beck (Hg.), *Handbuch Online-Kommunikation* (S. 36–58). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Encyclopaedia Britannica Inc. (Hg.). (2006). *Britannica Book of the Year*. Chicago u.a.: Encyclopaedia Britannica (UK) Ltd.
- *Engelmann, I. (2010). Journalistische Instrumentalisierung von Nachrichtenfaktoren: Einflüsse journalistischer Einstellungen auf simulierte Issue-, Quellen- und Statement-Entscheidungen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 58(4), 525–543.
- *Engelmann, I. (2012a). *Alltagsrationalität im Journalismus: Akteurs- und organisationsbezogene Einflussfaktoren der Nachrichtenauswahl*. Konstanz: UVK.
- *Engelmann, I. (2012b). Nachrichtenfaktoren und organisationsspezifische Nachrichtenselektion: Eine Erweiterung der Nachrichtenwerttheorie um die Meso-Ebene journalistischer Organisationen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(1), 41–63.
- Engesser, S. (2008). Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In A. Zerfaß, M. Welker, & J. Schmidt (Hg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen* (S. 47–71). Köln: Halem.
- Engesser, S. (2010). Barrieren medialer Partizipation: Ergebnisse eines explorativen Feldexperiments. In J. Wolling, M. Seifert, & M. Emmer (Hg.), *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess* (S. 151–167). Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer.
- Fahrmeir, L., Kneib, T., & Lang, S. (2009). *Regression: Modelle, Methoden und Anwendungen* (2. Aufl.). Statistik und ihre Anwendungen. Berlin, Heidelberg: Springer.
- *Festinger, L., Irle, M., & Möntmann, V. (1978). *Theorie der kognitiven Dissonanz*. Bern: Huber.
- Fleiss, J. L. (1973). *Statistical methods for rates and proportions*. New York: Wiley.
- Freedom House. (2006). *Map of Press Freedom*. Abgerufen von <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2006>
- *Freelon, D. G. (2010). Analyzing online political discussion using three models of democratic communication. *New Media & Society*, 12(7), 1172–1190.
- *Fretwurst, B. (2008). *Nachrichten im Interesse der Zuschauer: Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie*. Konstanz: UVK.
- *Freudenburg, W. R., Coleman, C.-L., Gonzales, J., & Helgeland, C. (1996). Media coverage of hazard events: Analyzing the assumptions. *Risk Analysis*, 16(1), 31–42.
- Frey, L. R., Botan, C. H., & Kreps, G. L. (2000). *Investigating communication: An introduction to research methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- Friedrichsen, M. (1996). Politik- und Parteienverdruss durch Skandalberichterstattung? In O. Jarren, H. Schatz, & H. Weßler (Hg.), *Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel* (S. 73–93). Opladen: Westdt. Verl.
- Früh, W. (2001). *Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis* (5. Auflage). Konstanz: UVK.
- *Früh, H. (2010). *Emotionalisierung durch Nachrichten: Emotionen und Informationsverarbeitung in der Nachrichtenrezeption*. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer.
- Galtung, J. (1971). A Structural Theory of Imperialism. *Journal of Peace Research*, 8(2), 81–117.
- *Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91.

- Garcia, M., & Golan, G. (2008). Not enough time to cover all the news: An analysis of international news coverage in Time and Newsweek. *Journal of Global Mass Communication*, 1(1/2), 41–56.
- Gardner, W., Mulvey, E. P., & Shaw, E. C. (1995). Regression analyses of counts and rates: Poisson, over-dispersed Poisson, and Negative Binomial models. *Psychological Bulletin*, 118(3), 392–404.
- Gastil, J., & Xenos, M. (2010). Of attitudes and engagement: Clarifying the reciprocal relationship between civic attitudes and political participation. *Journal of Communication*, 60(2), 318–343.
- *Gehrau, V., & Goertz, L. (2010). Gespräche über Medien unter veränderten medialen Bedingungen. *Publizistik*, 55(2), 153–172.
- Gerhards, J., & Neidhardt, F. (1991). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. In S. Müller-Doohm & K. Neumann-Braun (Hg.), *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation* (S. 31–90). Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Univ. [Host].
- Gerhards, J., & Schäfer, M. S. (2010). Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany. *New Media & Society*, 12(1), 143–160.
- Giddens, A. (1997). *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Giddens, A. (1997). *The consequences of modernity* (6. Aufl.). Stanford: Stanford Univ. Press.
- Gilboa, E. (2000). Mass communication and diplomacy: A theoretical framework. *Communication Theory*, 10(3), 275–309.
- Gilboa, E. (2002). Global communication and foreign policy. *Journal of Communication*, 52(4), 731–748.
- Gluckman, M. (1989). Klatsch und Skandal. In R. Ebbighausen & S. Neckel (Hg.), *Anatomie des politischen Skandals* (S. 17–54). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Golan, G. (2008). Where in the world is Africa? Predicting coverage of Africa by US television networks. *International Communication Gazette*, 70(1), 41–57.
- Golan, G., & Wanta, W. (2003). International elections on US network news: An examination of factors affecting newsworthiness. *Gazette*, 65(1), 25–39.
- Greene, W. H. (2010). Testing hypotheses about interaction terms in nonlinear models. *Economics Letters*, 107, 291–296.
- *Haas, A., & Brosius, H.-B. (2011). Interpersonal-öffentliche Kommunikation in Diskussionsforen: Strukturelle Äquivalenz zur Alltagskommunikation? In J. Wolling, A. Will, & C. Schumann (Hg.), *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern* (S. 103–120). Konstanz: UVK.
- Hafez, K. (2002). *Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung: Band 1: Theoretische Grundlagen* (1. Aufl.). Baden-Baden: Nomos.
- Hagen, M. (1999). Amerikanische Konzepte elektronischer Demokratie: Medientechniken, politische Kultur, politische Beteiligung. In K. Kamps (Hg.), *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation* (S. 63–81). Opladen: Westdt. Verl.
- Hagen, L. M., Berens, H., Zeh, R., & Leidner, D. (1998). Ländermerkmale als Nachrichtenfaktoren: Der Nachrichtenwert von Ländern und seine Determinanten in den Auslandsnachrichten von Zeitungen und Fernsehen aus 28 Ländern. In C. Holtz-Bacha, H. Scherer, & N. Waldmann (Hg.), *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin Leben. Für Winfried Schulz* (S. 59–81). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hagen, L. M., Zeh, R., Berens, H., & Leidner, D. (1999). *Country Characteristics as News Factors*. Paper presented at the annual Conference of the International Communication Association (ICA), San Francisco.
- Hanusch, F., & Obijiovor, L. (2008). Toward a more holistic analysis of international news flows. *Journal of Global Mass Communication*, 1(1/2), 9–21.
- *Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261–280.

- Hardin, J. W., & Hilbe, J. M. (2007). *Generalized linear models and extensions* (2. Aufl.). College Station, Tex.: Stata Press Publ.
- Hayes, A. F. (2005). *Statistical methods for communication science*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Haynes, R. (1984). Test of Galtung's theory of structural imperialism. In R. Stevenson & D. Shaw (Hg.), *Foreign news and the new world information order* (S. 200–216). Ames Iowa: The Iowa State University Press.
- *Hefner, D. (2012). *Alltagsgespräche über Nachrichten: Medienrezeption, politische Expertise und die wissensbildende Qualität von Anschlusskommunikation*. Reihe Rezeptionsforschung: Vol. 24. Baden-Baden: Nomos.
- *Hester, A. (1973). Theoretical considerations in predicting volume and direction of international information flow. *International Communication Gazette*, 19(4), 239–247.
- Hilbe, J. (2011). *Negative binomial regression* (2. Aufl.). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Ho, S. S., & McLeod, D. M. (2008). Social-psychological influences on opinion expression in face-to-face and computer-mediated communication. *Communication Research*, 35(2), 190–207.
- *Höflich, J. R. (1997). Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation - der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In K. Beck & G. Vowe (Hg.), *Computernetze - ein Medium öffentlicher Kommunikation?* (S. 85–104). Berlin: Spiess.
- *Höflich, J. R. (1998). Computerrahmen und die undifferenzierte Wirkungsfrage. Oder: Warum erst einmal geklärt werden muss, was die Menschen mit dem Computer machen. In P. Rössler (Ed.), *Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung* (S. 47–64). Opladen: Westdt. Verl.
- *Hofstede, J. G. (2001). Adoption of communication technologies and national culture. *Systèmes d'Information et Management*, 6(3), 55–74.
- *Hoge, J. F. (1997). Foreign news - Who gives a damn? *Columbia Journalism Review*, 36(4), 48–52.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Hondrich, K. O. (2002). *Enthüllung und Entrüstung: Eine Phänomenologie des politischen Skandals*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- *Huang, C.-Y., & Lin, C.-S. (2006). Modeling the audience's banner ad exposure for internet advertising planning. *Journal of Advertising*, 35(2), 123–136.
- Hujanen, J., & Pietikäinen, S. (2004). Interactive uses of journalism: Crossing between technological potential and young people's news-using practices. *New Media & Society*, 6(3), 383–401.
- IISS (International Institute for Strategic Studies). (2007). Europe. *The Military Balance*, 107(1), 93ff.
- Imhof, K. (2006). Mediengesellschaft und Medialisierung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54(2), 191–215.
- International Commission for the Study of Communication Problems. (1980). *Many Voices One World: Towards a new more just and more efficient world information and communication order*. (MacBride-Bericht). Paris: Unesco.
- Jarren, O. (2008). Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56(3-4), 329–346.
- Jenderek, B. (2006). Tool für Reliabilitätskoeffizienten. Abgerufen von <http://www.uni-leipzig.de/~jenderek/tool/tool.htm>
- Johnson, B. T., & Eagly, A. H. (1989). Effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 106(2), 290–314.
- Kalantzi, M. (2003). *Das medienkonstruierte Ausland: Deutsche und griechische Tageszeitungen im Vergleich*. Europäische Hochschulschriften, XL Kommunikationswissenschaft und Publizistik: Vol. 83. Frankfurt M.: Peter Lang.
- *Kamps, K. (1998). Nachrichtengeographie: Themen, Strukturen, Darstellung: ein Vergleich. In K. Kamps & M. Meckel (Hg.), *Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen* (S. 275–294). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Kamps, K. (1999). *Politik in Fernsehnachrichten: Struktur und Präsentation internationaler Ereignisse. Ein Vergleich*. Baden-Baden: Nomos.
- Kepplinger, H. M. (1996). Skandale und Politikverdrossenheit - Ein Langzeitvergleich. In O. Jarren, H. Schatz, & H. Weßler (Hg.), *Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel* (S. 41–58). Opladen: Westdt. Verl.
- *Kepplinger, H. M. (1998). Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In C. Holtz-Bacha, H. Scherer, & N. Waldmann (Hg.), *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin Leben. Für Winfried Schulz* (S. 19–38). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- *Kepplinger, H. M. (2008). News values. In W. Donsbach (Ed.), *The International encyclopedia of communication* (pp. 3281–3286). Oxford: Blackwell.
- *Kepplinger, H. M. (2010). Funktionen der Massenmedien in der Alltagskommunikation. In H. M. Kepplinger (Hg.), *Medieneffekte* (S. 259–275). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- *Kepplinger, H. M., & Bastian, R. (2000). Der prognostische Gehalt der Nachrichtenwert-Theorie. *Publizistik*, 45(4), 462–475.
- *Kepplinger, H., & Ehmig, S. (2006). Predicting news decision. An empirical test of the two-component theory of news selection. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 31(1), 25ff.
- *Kepplinger, H. M., & Martin, V. (1986). Die Funktion der Massenmedien in der Alltagskommunikation. *Publizistik*, 31(1/2), 118–128.
- Kim, K. (2003). Organizational Determinants of International News Coverage in Korean Newspapers. *Gazette*, 65(1), 65–85.
- King, G. (1988). Statistical models for political science event counts: Bias in conventional procedures and evidence for the exponential Poisson regression model. *American Journal of Political Science*, 32(3), 838–863.
- Kiousis, S. (2002). Interactivity: A concept explication. *New Media & Society*, 4(3), 355–383.
- Knobloch, S., Hastall, M., Zillmann, D., & Callison, C. (2003). Imagery effects on the selective reading of internet newsmagazines. *Communication Research*, 30(1), 3–29.
- Knobloch, S., Zillmann, D., Gibson, R., & Karrh, J. A. (2002). Effects of salient news items on information acquisition and issue perception. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 14(1), 14–22.
- Köcher, R. (2008). *Veränderungen der Informations- und Kommunikationskultur*. Abgerufen von http://www.acta-online.de/presentationen/acta_2008/acta_2008_Information%2390EDC.pdf
- Kuhlmann, C. (2007). Die vieldimensionale Welt: Themenanalysen und das Problem der Kommunikationswissenschaft mit der Realität. In W. Wirth, H. Stiehler, & C. Wunsch (Hg.), *Dynamisch-transaktional denken. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft. Für Werner Früh* (S. 127–151). Köln: Herbert von Halem.
- *Lakatos, I. (1974). Falsifikation und die Methodologie wissenschaftlicher Forschungsprogramme. In I. Lakatos & A. Musgrave (Hg.), *Kritik und Erkenntnisfortschritt* (S. 89–189). Braunschweig: Vieweg.
- Lasorsa, D. L. (1991). Political outspokenness: Factors working against the spiral of silence. *Journalism Quarterly*, 68(1/2), 131–140.
- *Lee, E.-J. (2008). Mediated social interaction. In W. Donsbach (Hg.), *The International encyclopedia of communication* (S. 3034–3038). Oxford: Blackwell.
- Lee, E.-J., & Jang, Y. J. (2010). What do others' reactions to news on internet portal sites tell us? Effects of presentation format and readers' need for cognition on reality perception. *Communication Research*, 37(6), 825–846.
- *Lee, J. H. (2009). News values, media coverage, and audience attention: An analysis of direct and mediated causal relationships. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(1), 175–190.
- *Lee, J. H., & Choi, H. Y. (2009). News values of sports events: An application of a newsworthiness model on the World Cup coverage of US and Korean media. *Asian Journal of Communication*, 19(3), 302–318.

- *Lerg, W. B. (1970). *Das Gespräch: Theorie und Praxis der unvermittelten Kommunikation*. Düsseldorf: Bertelsmann-Universitätsverlag.
- Long, J. S. (1997). *Regression models for categorical and limited dependent variables*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publ.
- Long, J. S., & Freese, J. (2006). *Regression models for categorical dependent variables using Stata* (2. Aufl.). College Station, Tex.: Stata Press.
- Lull, J., & Hinerman, S. (1997). *Media scandals: Morality and desire in the popular culture marketplace*. New York: Columbia University Press.
- Madikiza, L., & Bornman, E. (2007). International communication: Shifting paradigms, theories and foci of interest. *Communicatio*, 33(2), 11–44.
- Maier, J. (2003). *Die üblichen Verdächtigen oder zu unrecht beschuldigt? Zum Einfluß politischer Skandale und ihrer Medienresonanz auf die Politikverdrossenheit in Deutschland* (Bamberger Beiträge zur Politikwissenschaft No. II-12, 2003). Bamberg. Abgerufen von http://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/sowi_faecher/politik/BBPII/BBP-II-12.pdf
- *Maier, M., Stengel, K., & Marschall, J. (2010). *Nachrichtenwerttheorie*. Baden-Baden: Nomos.
- Maletzke, G. (1963). *Psychologie der Massenkommunikation: Theorie und Systematik*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- *Matthes, J. (2004). Die Schema-Theorie in der Medienwirkungsforschung: Ein unscharfer Blick in die "Black-Box"? *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52(4), 545–568.
- McCluskey, M., & Hmielowski, J. (2012). Opinion expression during social conflict: Comparing online reader comments and letters to the editor. *Journalism*, 13(3), 303–319.
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge: Polity Press.
- McQuail, D. (1999). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: Sage Publ.
- Meier, W. A. (1984). *Ungleicher Nachrichtenaustausch und fragmentarische Weltbilder: Eine empirische Studie über Strukturmerkmale in der Auslandberichterstattung*. Europäische Hochschulschriften, XL Kommunikationswissenschaft und Publizistik: Vol. 1. Bern u.a.: Lang.
- *Merten, K. (1985). Re-Rekonstruktion von Wirklichkeit durch Zuschauer von Fernsehnews. *Media Perspektiven*, (10), 753–763.
- Neckel, S. (1989). Das Strohmann der Macht. Zur Soziologie des politischen Skandals. In R. Ebbighausen & S. Neckel (Hg.), *Anatomie des politischen Skandals* (S. 55–80). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Neckel, S. (1990). Die Wirkung politischer Skandale. *Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung 'Das Parlament'*, (7), 3–10.
- Neu, M. (2004). Der Skandal. In J. Bellers & M. Königsberg (Hg.), *Politikwissenschaft: Vol. 108. Skandal oder Medienrummel? Starfighter, Spiegel, Flick, Parteienfinanzierung, AKWs, "Dienstreisen", Ehrenworte, Mehmet, Aktenvernichtungen* (S. 3–23). Münster: LIT.
- Neuberger, C. (2008). Internet und Journalismusforschung: Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In T. Quandt & W. Schweiger (Hg.), *Journalismus online - Partizipation oder Profession?* (S. 17–42). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Nielsen, C. (2012). Newspaper journalists support online comments. *Newspaper Research Journal*, 33(1), 86–100.
- *Pape, T. von, Quandt, T., Scharnow, M., & Vogelgesang, J. (2012). Nachrichtengeographie des Zuschauerinteresses. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60, 159–182.
- *Peer, L., & Ksiazek, T. B. (2011). Youtube and the challenge to journalism. *Journalism Studies*, 12(1), 45–63.
- Peters, B. (1994). Der Sinn von Öffentlichkeit. In F. Neidhardt (Hg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 42–76). Opladen: Westdt. Verl.

- Peterson, S. (1980). A case study of third world news coverage by the western news agencies and 'The Times' (London). *Studies in Comparative International Development*, 15(2), 62–98.
- Peterson, S. (1981). International news selection by the elite press: A case study. *Public Opinion Quarterly*, 45(2), 143–163.
- Pietiläinen, J. (2006). Foreign News and Foreign Trade: What Kind of Relationship? *International Communication Gazette*, 68(3), 217–228.
- Powlick, P. J. (1995). The sources of public opinion for American foreign policy officials. *International Studies Quarterly*, 39(4), 427–451.
- Pritchard, D., & Hughes, K. D. (1997). Patterns of deviance in crime news. *Journal of Communication*, 47(3), 49–67.
- Raftery, A. E. (1996). Bayesian model selection in social research. In P. V. Marsden (Hg.), *Sociological Methodology* (Vol. 25, S. 111–163). John Wiley and Sons Ltd.
- Reich, Z. (2011). User comments. The transformation of participatory space. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, ... (Hg.), *Participatory journalism. Guarding Open Gates at online newspapers* (S. 96–117). West Sussex: Wiley-Blackwell.
- *Rosengren, K. (1974). International news: Methods, data and theory. *Journal of Peace Research*, 11(2), 145–156.
- Rössler, P. (2003). *Pictures of our World: An international comparison of television news*. Paper presented at the annual conference of the International Communication Association (ICA), San Diego.
- Rössler, P. (2004). Political Communication Messages: Pictures of Our World on International Television News. In F. Esser & B. Pfetsch (Hg.), *Comparing political communication. Theories, cases, and challenges* (S. 271–292). Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Rössler, P. (2005). *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK.
- *Rössler, P., Bomhoff, J., Haschke, J. F., Kersten, J., & Müller, R. (2011). Selection and impact of press photography. An empirical study on the basis of photo news factors. *Communications*, 36(4), 415–439.
- *Rössler, P., Haschke, J. F., & Marquart, F. (2010). Zur Selektion und Wirkung von Pressefotos: Eine rezipientenorientierte Untersuchung auf Basis von Fotonachrichtenfaktoren. In C. Schemer, W. Wirth, & C. Wunsch (Hg.), *Reihe Rezeptionsforschung: Vol. 21. Politische Kommunikation. Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung* (1st ed., S. 71–96). Baden-Baden: Nomos, Ed. Fischer.
- *Ruhrmann, G. (1989). *Rezipient und Nachricht: Struktur und Prozess der Nachrichtenrekonstruktion*. Opladen: Westdt. Verl.
- *Ruhrmann, G., Woelke, J., Maier, J., & Diehlmann, N. (2003). *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen: Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen: Vol. 45*. Opladen: Leske und Budrich.
- Salwen, M. B., & Matera, F. R. (1992). Public salience of foreign nations. *Journalism Quarterly*, 69(3), 623–632.
- *Sande, Ø. (1971). The perception of foreign news. *Journal of Peace Research*, 8(3–4), 221–237.
- Sanders, K. (2008). Scandalization in the news. In W. Donsbach (Hg.), *The International encyclopedia of communication* (S. 4482–4486). Oxford: Blackwell.
- *Schaudt, S., & Carpenter, S. (2009). The news that's fit to click: An analysis of online news values and preferences present in the most-viewed stories on azcentral.com. *Southwestern Mass Communication Journal*, 24(2), 17–24.
- Schenk, B. (1987). Die Struktur des internationalen Nachrichtenflusses: Analyse der empirischen Studien. *Publizistik*, 35(1), 36–54.
- *Scherer, H., Hefner, D., & Weisgerber, T. (2012). Alte Theorie - neue Werte. Nachrichtenfaktoren in der Blog-Kommunikation. In O. Jandura, A. Fahr, & H.-B. Brosius (Hg.), *Reihe Rezeptionsforschung: Vol. 25. Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt* (S. 225–239). Baden-Baden: Nomos.
- *Scherer, H., & Mono, R. (2012). Wer zählt die Toten, kennt die Orte. *Publizistik*, 57(2), 135–159.

- *Scherer, H., Tiele, A., Haase, A., Hergenröder, S., & Schmid, H. (2006). So nah und doch so fern?: Zur Rolle des Nachrichtenfaktors 'Nähe' in der internationalen Tagespresse. *Publizistik*, 51(2), 201–224.
- Scheufele, D. A., & Eveland, W. P. (2001). Perceptions of 'public opinion' and 'public' opinion expression. *International Journal of Public Opinion Research*, 13(1), 25–44.
- *Schmidt, J. (2007). Blogging practices: An analytical framework. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1409–1427.
- Schnell, R., Hill, P., & Esser, E. (1999). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (6. Aufl.). München u.a.: Oldenbourg.
- Schoenbach, K., Ridder, J. de, & Lauf, E. (2001). Politicians on TV news: Getting attention in Dutch and German election campaigns. *European Journal of Political Research*, 39, 519–531.
- *Schulz, W. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Alber-Broschur Kommunikation: Vol. 4. Freiburg: Alber.
- *Schulz, W. (1977). *Nachrichtenstruktur und politische Informiertheit. Die Entwicklung politischer Vorstellungen der Bevölkerung unter dem Einfluss des Nachrichtenangebots*. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Mainz.
- *Schulz, W. (1982). News structure and people's awareness of political events. *International Communication Gazette*, 30(3), 139–153.
- Schütz, A. (1982). *Das Problem der Relevanz*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- *Schweiger, W. (2008). Online media. In W. Donsbach (Ed.), *The International encyclopedia of communication* (S. 3365–3371). Oxford: Blackwell.
- *Schweiger, W., & Jungnickel, K. (2011). Pressemitteilungen 2.0 - eine Resonanzanalyse im Internet. *Publizistik*, 56(4), 399–421.
- Schweiger, W., & Quiring, O. (2006). User-Generated Content auf massenmedialen Websites - eine Spielart der Interaktivität oder etwas völlig anderes? In M. Friedrichsen, W. Mühl-Benninghaus, & W. Schweiger (Hg.), *Neue Technik, neue Medien, neue Gesellschaft?* (S. 97–120). München: Fischer.
- *Seibold, B. (2002). *Klick-Magnete: Welche Faktoren bei Online-Nachrichten Aufmerksamkeit erzeugen*. München: Fischer.
- Shamir, J. (1997). Speaking up and silencing out in face of a changing climate of opinion. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(3), 602–614.
- *Sheafer, T., Ben-Nun Bloom, P., Shenhav, S. R., & Segev, E. (2013). The conditional nature of value-based proximity between countries: Strategic implications for mediated public diplomacy. *American Behavioral Scientist*. Advance online publication. doi:10.1177/0002764213487732
- *Shoemaker, P. J. (1996). Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function. *Journal of Communication*, 46(3), 32–47.
- *Shoemaker, P. J., & Cohen, A. A. (2006). Evolution and news. In P. J. Shoemaker & A. A. Cohen (Hg.), *News around the world. Content, practitioners, and the public* (S. 7–21). New York, NY: Routledge.
- Shoemaker, P., Danielian, L., & Brendlinger, N. (1991). Deviant acts, risky business and U.S. interests: The newsworthiness of world events. *Journalism Quarterly*, 68(4), 781–795.
- *Siegel, J., Dubrovsky, V., Kiesler, S., & McGuire, T. W. (1986). Group processes in computer-mediated communication. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37(2), 157–187.
- *Slater, M. D., Hayes, A. F., Reineke, J. B., Long, M., & Bettinghaus, E. P. (2009). Newspaper coverage of cancer prevention: Multilevel evidence of knowledge-gap effects. *Journal of Communication*, 59(3), 514–533.
- *Sommer, D. (2010). *Nachrichten im Gespräch: Wesen und Wirkung von Anschlusskommunikation über Fernseh-nachrichten*. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer.
- *Sommer, D., Fretwurst, B., Sommer, K., & Gehrau, V. (2012). Nachrichtenwert und Gespräche über Medien-entemen. *Publizistik*, 57(4), 381–401.

- *Springer, N. (2011). Suche Meinung, biete Dialog? Warum Leser die Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen nutzen. In J. Wolling, A. Will, & C. Schumann (Hg.), *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern* (S. 247–264). Konstanz: UVK.
- *Springer, N., & Pfaffinger, C. (2012). *Why users comment on online news and why they don't*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Phoenix.
- *Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organizational Communication. *Management Science*, 32(11), 1492–1512.
- Sreberny-Mohammadi, A. (1984). The "World of the News" study: Results of international cooperation. *Journal of Communication*, 34(1), 121–134.
- Sreberny-Mohammadi, A., Nordenstreng, K., Stevenson, R., & Ugboajah, F. (1985). *Foreign news in the media: International reporting in 29 countries. Final report of the "Foreign Images" study undertaken for UNESCO by the International Association for Mass Communication Research*. Paris: Unesco.
- Sreberny, A., & Stevenson, R. L. (1999). Comparative analysis of international news flow: An example of global media monitoring. In K. Nordenstreng & M. Griffin (Hg.), *The Hampton Press communication series international communication. International media monitoring* (S. 59–72). Cresskill NJ: Hampton Press.
- *Staab, J. F. (1990). *Nachrichtenwert-Theorie: Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg: Alber.
- *Staab, J. F. (1993). Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie: Theoretische Konzepte und empirische Überprüfungen. In J. Wilke (Ed.), *Fortschritte der Publizistikwissenschaft* (2nd ed., S. 161–172). Freiburg (Breisgau), München: Alber.
- Stevenson, R. (1996). Remapping the news of the world. *Medien Journal*, 20(4), 41–48.
- Stevenson, R. (2003). Mapping the news of the world. In B. Dervin, S. H. Chaffee, & L. Foreman-Wernet (S.), *Communication, a different kind of horserace. Essays honoring Richard F. Carter* (S. 149–165). Cresskill NJ: Hampton.
- *Stevenson, R., & Cole, R. (1984). Issues in foreign news. In R. Stevenson & D. Shaw (Hg.), *Foreign news and the new world information order* (S. 5–20). Ames Iowa: The Iowa State University Press.
- Stoeckl, R., Rohrmeier, P., & Hess, T. (2007). *Motivations to produce user generated Content: Differences between webbloggers and videobloggers: BLED 2007 Proceedings. Paper 30*. Abgerufen von <http://aisel.aisnet.org/bled2007/30>
- *Stromer-Galley, J. (2007). Measuring deliberation's content: A coding scheme. *Journal of Public Deliberation*, 3(1). Abgerufen von <http://www.publicdeliberation.net/jpd/vol3/iss1/art12>
- Taddicken, M. (2011). Selbstoffenbarung im Social Web. Ergebnisse einer Internet-repräsentativen Analyse des Nutzerverhaltens in Deutschland. *Publizistik*, 56(3), 281–303.
- Tai, Z. (2000). Media of the world and world of the media. *Gazette*, 62(5), 331–353.
- The Thomson Corporation. (2007). *Science Citation Index Expanded*. Abgerufen von <http://scientific.thomson.com/products/scie/>
- Thompson, J. B. (2000). *Political scandal: Power and visibility in the media age*. Cambridge: Polity Press.
- Thrall, A. T. (2006). The myth of the outside strategy: Mass media news coverage of interest groups. *Political Communication*, 23(4), 407–420.
- Tiele, A. (2010). *Nachrichtengeographien der Tagespresse: Eine internationale vergleichende Nachrichtenwert-Studie*. Berlin: Logos.
- *Tresch, A. (2009). Politicians in the media: Determinants of legislators' presence and prominence in Swiss newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 14(1), 67–90.
- Tsagkias, M., Weerkamp, W., & Rijke, M. de. (2009). Predicting the volume of comments on online news stories. In D. Cheung (Hg.), *Proceedings of the ACM Eighteenth International Conference on Information and Knowledge Management. November 2 - 6, 2009, Hong Kong, China* (S. 1765–1768). New York, NY: ACM.
- *Uhlemann, I. A. (2012). *Der Nachrichtenwert im situativen Kontext: Eine Studie zur Auswahlwahrscheinlichkeit von Nachrichten* (1st ed.). Wiesbaden: VS, Verl.für Sozialwiss.

- van Dijk, T. A. (1979). Relevance assignment in discourse comprehension. *Discourse Processes*, 2(2), 113–126.
- van Eimeren, B., & Frees, B. (2008). Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. *Media Perspektiven*, (7), 330–344.
- Vujnovic, M. (2011). Participatory journalism in the marketplace. Economic motivations behind the practices. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, ... (Hg.), *Participatory journalism. Guarding Open Gates at online newspapers* (S. 139–154). West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Wallerstein, I. (2000). The Rise and Future Demise of the World Capitalist System: Concepts for Comparative Analysis. Nachdruck von 1974. In I. Wallerstein (Hg.), *The Essential Wallerstein*, S. 71–105. New York: The New Press.
- Wallerstein, I. (2000). World-Systems Analysis. Nachdruck von 1987. In I. Wallerstein (Hg.), *The Essential Wallerstein*, S. 129–148. New York: The New Press.
- *Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43.
- *Walther, J. B. (2011). Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Hg.), *Handbook of interpersonal communication* (4. Aufl., S. 443–479). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Wanta, W., Golan, G., & Lee, C. (2004). Agenda setting and international news: Media influence on public perception of foreign nations. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(2), 364–377.
- *Weber, M., & Ziegele, M. (2012). Anschlusskommunikation revisited: Diskussion des Konzepts vor dem Hintergrund sich wandelnder Medienumgebungen und ausdifferenzierender Rezeptionssituationen. In O. Jandura, A. Fahr, & H.-B. Brosius (Hg.), *Reihe Rezeptionsforschung: Vol. 25. Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt* (S. 241–259). Baden-Baden: Nomos.
- *Weber, P. (2007). *Die Osteuropaberichterstattung in ausgewählten deutschen Tageszeitungen. Eine empirische Untersuchung* (Magisterarbeit). Universität Leipzig, Leipzig.
- *Weber, P. (2008). Nachrichtengeographie: Beschreibungsmodell und Erklärungsansatz auf dem Prüfstand: Untersuchung am Beispiel der Osteuropaberichterstattung deutscher Tageszeitungen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56(3–4), 392–413.
- *Weber, P. (2010). No news from the east? Predicting patterns of coverage of Eastern Europe in selected German newspapers. *International Communication Gazette*, 72(6), 465–485.
- *Weber, P. (2011). Determinanten von Skandalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung: Eine empirische Analyse. In K. Bulchow & C. Petersen (Hg.), *Skandal!: Mechanismen öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung* (S. 105–127). Wiesbaden: VS Verlag.
- *Weber, P. (2012a). Der virtuelle Stammtisch. Determinanten interpersonal-öffentlicher Kommunikation auf Nachrichtenwebsites. In M. Ockenfeld, I. Peters, & K. Weller (Hg.), *Social Media und Web Science. Das Web als Lebensraum. Proceedings der 2. DGI-Konferenz / 64. Jahrestagung der DGI* (S. 457–459). Frankfurt a.M.
- *Weber, P. (2012b). Nachrichtenfaktoren & User Generated Content: Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(2), 218–239.
- *Weber, P. (2013a). Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments. *New Media & Society*. Advance online publication. doi:10.1177/1461444813495165
- *Weber, P. (2013b). Nachrichtenfaktoren und Kommentierungsintensität von Online-Nachrichten - Die moderierende Rolle medialer Rahmenbedingungen. In B. Pfetsch, J. Greyer, & J. Trebbe (Hg.), *Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Vol. 40. MediaPolis - Kommunikation zwischen Boulevard und Parlament. Strukturen, Entwicklungen und Probleme von politischer und zivilgesellschaftlicher Öffentlichkeit* (S. 229–245). Konstanz: UVK.

- *Weber, P., & Kühne, R. (2013). Zählraten und ihre Analyse in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung. In T. K. Naab, D. Schlütz, W. Möhring, & J. Matthes (Hg.), *Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft: Vol. 9. Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung* (S. 285–312). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- *Weber, P., & Wirth, W. (im Druck). Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution. Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile von Rezipienten und die moderierende Rolle von Civic Pride. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 61(4).
- West, M. D. (2006). *Secrets, sex, and spectacle. The rules of scandal in Japan and the United States*. Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Westerståhl, J., & Johansson, F. (1994). Foreign news: News values and ideologies. *European Journal of Communication*, 9(1), 71–89.
- *Wilke, J., & Rosenberger, B. (1994). Importing foreign news: A case study of the German service of the Associated Press. *Journalism Quarterly*, 71(2), 421–432.
- Willnat, L., Aday, S., Brewer, P., & Gross, K. (2003). *The impact of media on perceptions of foreign nations and foreign policy preferences*. Paper presented at the annual conference of the International Communication Association (ICA), San Diego.
- Winkelmann, R. (2008). *Econometric analysis of count data* (5. Aufl.). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Wirth, W. (1997). *Von der Information zum Wissen: Die Rolle der Rezeption für die Entstehung von Wissensunterschieden. Ein Beitrag zur Wissenskulturforschung*. Opladen: Westdt. Verl.
- Wirth, W. (2006). Involvement. In J. Bryant & P. Vorderer (Hg.), *Psychology of entertainment* (S. 199–213). Mahwah, NJ: Erlbaum Assoc.
- Wojcieszak, M. E., & Mutz, D. C. (2009). Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement? *Journal of Communication*, 59(1), 40–56.
- Wolling, J. (2001). Skandalberichterstattung in den Medien und die Folgen für die Demokratie. *Publizistik*, 46(1), 20–36.
- Woyke, W. (2003). Außenpolitik. In U. Andersen & W. Woyke (Hg.), *Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland* (S. 25–31). Opladen: Leske und Budrich.
- Wright, S., & Street, J. (2007). Democracy, deliberation and design: the case of online discussion forums. *New Media & Society*, 9(5), 849–869.
- *Wu, H. (1998). Investigating the determinants of international news coverage: A meta-analysis. *International Communication Gazette*, 60(6), 493–512.
- Wu, H. (2000). Systemic determinants of international news coverage: A comparison of 38 countries. *Journal of Communication*, 50(2), 110–130.
- Wu, H. (2003). Homogeneity around the world? Comparing the systemic determinants of international news flow between developed and developing countries. *International Communication Gazette*, 65(1), 9–24.
- Wu, H. (2007). A brave new world for international news? Exploring the determinants of the coverage of foreign nations on US websites. *International Communication Gazette*, 69(6), 539–551.
- Zillmann, D., Chen, L., Knobloch, S., & Callison, C. (2004). Effects of lead framing on selective exposure to internet news reports. *Communication Research*, 31(1), 58–81.
- *Zuber, M. (2012). *Anschlusskommunikation in der Blogosphäre. Eine empirische Überprüfung der Wirkung inhaltlicher Merkmale auf die Selektion von A-List-Blogs beim Kommentieren und Verlinken* (Dissertation). TU Dresden, Dresden.

No news from the East? Predicting patterns of coverage of Eastern Europe in selected German newspapers

the International
Communication Gazette
72(6) 465–485
© The Author(s) 2010
Reprints and permission:
sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav
DOI: 10.1177/1748048510369212
gaz.sagepub.com



Patrick Weber

University of Zurich, Switzerland

Abstract

Aim of the article is to expand the scope of news flow parameters that can be predicted from country characteristics and to propose an enhanced explanatory model for news flow prediction. Based on the theory of newsworthiness, an unconsidered determinant of international news coverage is identified: it is hypothesized that, next to the generalized interest in high-status and close countries, there is an issue-bound interest in some countries that predicts coverage. To test the model, the study investigated the coverage of Eastern European nations in 2006 in German newspapers. Results showed that, beyond mere amount of coverage, permanence of coverage of a country, topical variability and variability in journalistic presentation (genres) of a country can be predicted from a country's status and proximity. Additionally, it was shown that issue-bound interest is a key determinant of the amount and continuity of coverage a country receives.

Keywords

coverage, determinants, Eastern Europe, foreign news, news flow, news geography, news value, theory of newsworthiness

Corresponding author:

Patrick Weber, University of Zurich, Institute of Mass Communication and Media Research, Andreasstrasse 15, CH-8050 Zurich, Switzerland.
Email: p.weber@ipmz.uzh.ch

Introduction

In times whose most formative features are discussed under the heading 'globalization', research into international news is of enduring importance, especially since some theorists even argue that without the knowledge represented in international news, global expansion of modern institutions would be impossible (Giddens, 1997: 77ff.).

To get a picture of the world, most people rely on the foreign news coverage of the domestic news media (Ball-Rokeach and DeFleur, 1976: 6). Effects research shows that coverage shapes these views of the world: coverage of foreign nations can influence their public salience (Salwen and Matera, 1992), their perception as important (Wanta et al., 2004) and other evaluations (e.g. Bai and McCombs, 2007; Brewer et al., 2003; Willnat et al., 2003). Considering further that (foreign) news coverage is for politicians an important source of information on public opinion (Powlick, 1995) and policy is responsive to public opinion (see Brettschneider [1996] for the case of Germany), one can consider foreign news coverage as one determinant of foreign policy and diplomatic relations (Brettschneider, 1998; Gilboa, 2000, 2002) and it becomes clear why it can be important for a country if and how it is presented in foreign news coverage.

Research on news flow and foreign news coverage has a long tradition in communication research (see Hanusch and Obijovor, 2008: 11ff.) and is concerned with two major problems:

1. *Structure of foreign news coverage*: Typically, questions concern the share of foreign news coverage, differential presence of countries and numerous features of news content (e.g. how a country is portrayed in the media of another; which topics, actors, kinds of events and values are present). However explicit, these questions often have a normative background and are concerned with inequalities and imbalances in international news flow, 'distorted' pictures of other nations and the potentially negative consequences of such patterns in coverage. All these questions and arguments were the topic of debates on a New World Information and Communication Order (NWICO) (see International Commission for the Study of Communication Problems, 1980: 156ff., Stevenson and Cole, 1984), whose arguments are in part still a relevant reference for research into foreign news today (Madikiza and Bornman, 2007) and which facilitated studies like the prominent 'foreign-images' study (Sreberny-Mohammadi, 1984; Sreberny-Mohammadi et al., 1985).
2. The second associated problem is, *how are these patterns of foreign news coverage to be explained?* In particular, the question of which determinants explain and predict the amount and direction of news flow (media presence of foreign countries in the news) is of continuing interest (Wu, 1998).

The current study addresses these two issues with respect to the coverage of Eastern Europe in German newspapers. Against the background of the issues involved, this focus is a result of the importance placed on Eastern Europe in German foreign policy (Woyke, 2003) and is again and again subject of political debates – as, for example, in

the discussion about the Eastern European expansion of the European Union. Furthermore, nearly no studies exist on the coverage of the region as a whole, although the coverage of Eastern Europe was a central issue in the NWICO debates and several scholars (e.g. Stevenson, 1996; Wu, 2000) stressed the importance of re-examining the issues.

Literature review

Patterns of foreign news coverage

It is nearly impossible to review the whole literature on how one country (or area or continent) is covered and represented in the news media of another country or other countries. But since we are primarily interested in relative stable and general patterns of foreign news coverage, the basic question to answer is, for now: What are the central parameters in foreign news coverage that make up for stable and generalizable patterns of news coverage and how are they to particularize the case of Eastern Europe?

One starting point for the exemplification of such patterns are the generalizations Stevenson (2003) has drawn from the data of the so-called 'Foreign News' study, which examined the news coverage in (minimum two) leading newspapers and (minimum) one national broadcast medium in 46 countries in a two-week period in September 1995 (Sreberny-Mohammadi and Stevenson, 1999). Among others, Stevenson (2003) finds the following abstract patterns of foreign news coverage in generalizing over the whole data set: topically, foreign news focuses on politics and economics, whereas most stories are routine news; in every region of the world, foreign news concentrates on countries that are geographically close and economically connected to the reporting country (regionalism); the US is a news-superpower in nearly every country and receives even more attention than the neighbouring countries.

Two criteria underlying these generalizations are the differential presence of foreign countries (frequency of coverage) and topical variability of coverage of a foreign country. As a result of a detailed analysis of TV news of eight different channels (four German and four Anglo-American) in two periods of three weeks in early 1994 and 1995, Kamps (1998, 1999) used two more criteria and developed a model of news geography that describes general patterns of foreign news coverage. Based on frequency and permanence of coverage of a country, topical variability and variability in journalistic presentation (genres) of a country, Kamps identified four types of countries (Kamps, 1999: 241ff.):

1. *News centres*: countries that are most frequently and a continued part of foreign news coverage and which are presented with high variability in topics and journalistic genres.
2. *News neighbours*: countries that are frequently but a less permanent part of foreign news coverage but which are also presented with high topical variability.
3. *Topical news neighbours*: countries that are part of foreign news coverage because of certain topics (lower topical variability but a certain frequency and continuity).

4. *News periphery*: countries that are part of foreign news coverage very rarely and discontinuously or almost arbitrarily (e.g. in the case of accidents or natural disasters), with low variability in topics and genres.

Rössler (2003: 6) pointed out that 'this typology is described as a consistent pattern of news construction, where the pure geographical proximity is not the dominant factor per se' and that the model has a relational character: to which category a foreign country belongs depends on the country whose news reporting is being analysed. In a comparative content analysis of TV news in eight European countries and the US in one week in 1998 (see also Rössler, 2004), he showed that the model provides a good description of news geography in most of the countries, even though the border between news neighbours and topical news neighbours is sometimes hard to draw and that news geography can change with the historical situation. Nonetheless, there is such a pattern in foreign news coverage and the question is: How can the parameters underlying the model be explained? Before turning to this question, we review the literature on the coverage of Eastern Europe in German newspapers.

Coverage of Eastern Europe

Recent studies of the coverage of Eastern Europe by the German media are relatively scarce. This is surprising, since the flow of information from East to West was a central issue in the NWICO debate (Stevenson and Cole, 1984: 6ff.) and, in the time of the Cold War, it was argued that 'the socialist countries of the Second World are the invisible part of the world, in the news at least' (Stevenson and Cole, 1984: 10). While studies of that time showed that this anxiety was a bit overstated for the German media (Sreberny-Mohammadi et al., 1985: 41–2), they also showed that the countries of Eastern Europe were nearly invisible in other western media – just like the African countries (Sreberny-Mohammadi, 1984: 131ff.).

Many things relevant to news flow have changed since then (Sreberny-Mohammadi and Stevenson, 1999; Stevenson, 1996) and many researchers have stressed the importance of re-examining the patterns of international news flow (e.g. Wu, 2000). While this was done on an abstract level (e.g. Stevenson, 2003) and also for the case of Africa (e.g. Golan, 2008), to my knowledge, nearly no studies exist that focus on Eastern Europe as a geopolitical region as a whole.

But a few German studies on foreign news coverage in German newspapers delivered some first insights. The data of Kalantzi's (2003: 137ff.) content analysis of foreign news coverage in three German newspapers over two weeks in 2000 show that 15.38 percent of international news coverage is dedicated to Eastern Europe, while Western Europe receives 30.25 percent of coverage (54.43 percent, rest of the world). Even when taking the number of countries in each region into consideration, the figures illustrate that a Western European country is more likely to be covered than an Eastern European country – even though the 'functional distance' that was seen as a reason for the invisibility of Eastern Europe (Schenk, 1987: 40) does not exist any more for many countries. Kalantzi's data (Kalantzi, 2003: 138) further on show that coverage of Eastern Europe focuses on Russia (40 percent of the Eastern Europe coverage) and that coverage of Russia deals with

many different topics (Kalantzi, 2003: 141ff.). Yugoslavia received 22.4 percent of coverage but it focused on only one topic. Eleven other countries must 'compete' for the rest of media attention – with six countries remaining 'invisible'.

These results suggest that Kamps' model of news geography described earlier is valid for the coverage of Eastern Europe, which was tested in a content analysis of the coverage of Eastern Europe in four German newspapers in 2006 (Weber, 2008). Using cluster analysis with frequency, continuity and variability in topics and genres as criteria, it was shown that countries of Eastern Europe can be grouped into four clusters according to the model of news geography. Furthermore, clusters significantly differed in how much news reporting focuses on established issues. Interpreting the latter result, it was hypothesized that there is an issue-bound interest in some countries that guides journalistic selection and leads to higher coverage of these countries – but continuously only in connection with the issues of interest.

This shows that the quadrinomial model of news geography is a valid pattern of the coverage of Eastern Europe and raises the question: How can we explain the parameters underlying the model?

Explanations

The theoretical approaches to explain the differential volume of news from foreign countries in the media of another are generally divided into two perspectives (Wu, 2000: 110ff.). The gatekeeper perspective attributes the differential news flow to the decisions of gatekeepers and their selection criteria for international news. The systemic perspective sees news flow as a reflection of global political, economic and cultural interaction structures and refers to Wallerstein's world system theory (Wallerstein, 2000b, 2000a). Although the latter perspective is pursued by many contemporary scholars working in the field (e.g. Chang, 1998; Garcia and Golan, 2008; Wu, 2000), the present article does not adopt this distinction of approaches but looks at theoretical assertions of the corresponding theories and develops an explanation from the theory of newsworthiness (Galtung and Ruge, 1965), for the following reasons.

The use of the world system theory is disputable because it is about economic interactions between countries and their consequences. In short, the theory states that differential disposability of production resources in a world system results in specific economic interactions between the states of a system that foster certain power relations and bring about a power structure of core, semi-periphery and periphery within the system (Wallerstein, 2000a). The adaptation of the world system theory to news flow simply states that news flow and foreign news coverage are a reflection of these power structures (Chang, 1998: 532; Wu, 2000: 111). That may be a correct description but is of low explanative value since what is ignored is the fact that reciprocal media attention is something different from economic interaction. The world system theory may explain unequal economic interactions between states (and even that is questioned; see Chirot and Hall, 1982), but it does not reflect how foreign news coverage can be understood as a form of interaction and if it can be explained in the same way as economic interaction. Another way of adapting the world system theory could be to specify why and how the economic interaction structure influences the infrastructure of news dissemination

and thereby the presence of foreign countries in the news. Sometimes, this is tried by applying Galtung's theory of imperialism (Galtung, 1971), but studies show that the resulting predictions concerning foreign news coverage cannot be confirmed empirically (Haynes, 1984).

As a consequence of these problems, the deduction of determinants of news flow has only loose connection to theory. Predictors of news flow are generally deduced from existing research (e.g. Pietiläinen, 2006; Wu, 2003), but neither the theoretical question of what underlying construct connects the indicators (Shoemaker et al., 1991: 781) nor the theoretical issue of how the constructs relate to each other is sufficiently discussed because the systemic perspective offers no consistent theoretical framework.

The current study argues that the theory of newsworthiness offers a more appropriate approach. Based on Galtung and Ruge (1965), the theory has gone through substantial theoretical and methodological advancements in German communication research (see Eilders, 2006). Therefore, it is able to incorporate the empirical results of studies from a systemic approach and offers a consistent and integrative theoretical framework.

At first sight, the application of the theory of newsworthiness to explain news flow seems problematic because the theory says something about how events become news and not about how countries receive coverage in the foreign news. The unit of analysis is the event, not the country. The theory states that events with certain characteristics (news factors) are more likely to be selected by journalists to become news than events without these characteristics. Galtung and Ruge derived the news factors using the psychology of perception as a heuristic and conceptualized the international news system as an abstract whole analogous to the human information-processing system (Galtung and Ruge, 1965: 65). The news factors proposed by Galtung and Ruge (1965) were the subject of numerous studies in German news value research and slightly modified factor catalogues were developed, depending on the theoretical perspectives (see Eilders, 2006: 7–8). Despite differences in factor categories, there are some news factors that have repeatedly (in different research designs, with different material) been shown to have an impact on selection (see Eilders, 2006: 10–11): news factors that concern relevance/reach of an event, its controversy/damage, involvement of elite/prominent persons and the extent to which an event belongs to an established issue (continuity). Additionally, proximity and elite nations as news factors referring to event location also proved to be stable selection criteria.

In addition to the news factors, Galtung and Ruge (1965: 71ff.) explicated five hypotheses concerning the operating principles of the news system. What is important here are the hypotheses concerning the interplay of news factors. The selection hypothesis states that the more an event satisfies the selection criteria (news factors), the more likely it will become news. The additivity hypothesis states that all news factors applying to an event add up to make the news value of an event. The complementary hypothesis states that news factors can substitute each other – if an event is low in one factor, it has to be high in another to become news.

What is relevant here is to show how the theory can be used to derive determinants of news flow and predict the amount of coverage of foreign nations. How do we come from events to countries as the unit of analysis?

The crucial point is that every event has a spatial dimension – be it through event location or nationality of actor – and that there are news factors that refer to certain

characteristics of the corresponding countries. Schulz (1976: 32ff.) combined the relevant characteristics into two factor dimensions: national status (comprising aspects of the power of a nation) and proximity (comprising aspects of spatial, political and cultural closeness and connectedness between countries). Using indicators such as gross national product, military expenditure, life expectancy, index of press freedom and trade between two countries, Hagen et al. (1998, 1999) showed, through factor analysis, that they can be grouped according to Schulz's assumptions and that each country can be described in terms of (different dimensions of) status and proximity. These country characteristics determine the newsworthiness of an event and become specific selection criteria of foreign news coverage (Hagen et al., 1998: 59). Applying the theory of newsworthiness, one can state: all other event characteristics being equal, it is more likely for an event to become news when it takes place in a country high in status and proximity.¹ The result is that high-status and close countries receive more coverage. Stated differently: there is a generalized interest in high-status and close countries so that more news flows from these countries.

Newer developments concerning the theory of newsworthiness explain this effect using socialization theory (see Eilders, 1997: 86ff., 2006: 15). In short, the assumption is that shared socialization leads to some collectively shared relevance structures. Status and proximity are indicators of social relevance: events taking place in high-status and close countries are more likely to have effects on the media audience individually or in their role as a member of society. And because theory of newsworthiness ties selection criteria back to audience interest (Galtung and Ruge, 1965: 68; Schulz, 1976: 13), journalistic news processing is structured in a way that events concerning foreign nations high in status and close to the reporting country are much more likely to receive coverage.

Numerous studies have shown that coverage of foreign countries is predicted by country characteristics that can be understood as indicators of status and proximity. But only a minority of studies is grounded in the theory of newsworthiness. The majority of recent studies (e.g. Golan, 2008; Pietiläinen, 2006; Wu, 1998, 2000, 2003) refer theoretically more or less explicitly to the world system theory. For the reasons mentioned earlier, the current study draws attention primarily to studies that were conducted referring to the theory of newsworthiness.²

Westerstahl and Johansson (1994) showed for foreign news coverage of the Swedish press between 1912 and 1972 that coverage of a country can be explained to a considerable degree by geographic, economic and cultural proximity and population (as indicator of status). Cultural proximity and population proved to be the most stable predictors over time. Using the data of the foreign images study (see Stevenson, 2003), Hagen et al. (1998, 1999) showed, on the basis of foreign news coverage in 27 nations, that the amount of coverage a country receives can be explained very well (multiple R^2 of .71 in multiple regression) by only a few dimensions of status and proximity: by its power status, economic proximity and similarity in language and socioeconomic status with the reporting country. The importance of proximity factors was also examined by Scherer et al. (2006). They conducted a content analysis of front-page foreign news coverage of leading newspapers in 127 countries in one week in September 2004 and found indicators of economic, political, cultural and geographic proximity to be important predictors of the newsworthiness of a foreign country.

Because studies conducted from a world system perspective use nearly the same variables as predictors and an identical research design, they come to similar results.

In a meta-analysis of news flow studies conducted between 1954 and 1997, Wu (1998) found that status, economic power and size of a country, as well as economic interaction, cultural, political and spatial proximity are among the best confirmed predictors of news flow and the results are replicated to date (e.g. Golan, 2008; Hagen et al., 1998, 1999; Scherer et al., 2006; Westerstahl and Johansson, 1994; Wu, 2000, 2003, 2007). This shows the integrative value of the theory of newsworthiness that additionally provides a comprehensive theoretical framework that guides selection of predictors and ties them together in relevant and interrelated constructs.

Hypotheses

Derived from the selection hypothesis, the following hypotheses are tested for the coverage of Eastern European countries (EECs) in selected German newspapers:

H1: The higher the status of a nation, the more frequently it will receive coverage.

H2: The higher the proximity of a nation, the more frequently it will receive coverage.

Assuming that not only the mere amount of reported events but also the continuity of interest is associated to a country's status and proximity, the study hypothesizes further:

H3: The higher the status of a nation, the more continuously it will receive coverage.

H4: The higher the proximity of a nation, the more continuously it will receive coverage.

These hypotheses show that the theory predicts two of the parameters underlying the pattern of news geography introduced earlier (frequency and continuity). Additionally, it is assumed that the remaining two (variability in topics and genres) can be predicted as well for two reasons: the excess in events that are covered from high-status and close nations simultaneously increases the number of topics becoming the subject of coverage since generalized interest guides selection. More 'raw-material' also allows for more diversity in journalistic presentation (genres), depending on the character of the event and assumed audience interest. This study tests these arguments for the coverage of EECs in selected German newspapers as follows:

H5: The higher the status of a nation, the more topical variability coverage of the nation will be shown.

H6: The higher the proximity of a nation, the more topical variability coverage of the nation will be shown.

H7: The higher the status of nation, the more variability in genre coverage of the nation will be shown.

H8: The higher the proximity of nation, the more variability in genre coverage of the nation will be shown.

Besides the generalized interest in high-status and close countries, it was hypothesized that there is also an issue-bound interest (IBI) in some countries that leads to higher coverage of these countries but only in connection with these established issues. Since continuity of issues is also a news factor, the current study explores the role of IBI:

RQ1: What impact does IBI have in predicting patterns of coverage of an EEC?

Another question concerns the interplay of news factors in predicting news flow:

RQ2: What impact do interactions between news factors have in predicting patterns of coverage of an EEC?

Research design

Content analysis

The current study examined coverage of Eastern Europe in four German newspapers chosen according to the following criteria: (1) circulation area (national vs regional) and (2) origin of the newspaper (East vs West Germany). Previous studies have shown that newspapers from the same market segment (operationalized by circulation area) are relatively similar in covering foreign nations (Kim, 2003) so that selection of only a few newspapers seems justifiable. Further, Berens and Scherer (1998) showed that newspapers from the former East Germany cover Eastern Europe more often than West German newspapers and that the highest share of European news coverage in German newspapers is dedicated to former allies (CIS members in East German newspapers and EU members in the West), suggesting that (former) ideology and historically grown journalistic expertise³ exert a certain influence on the flow of news. Against this background, two West German and two East German newspapers were selected: *Sueddeutsche Zeitung* (west, national), *Münchener Merkur* (west, regional), *Neues Deutschland* (east, national) and *Leipziger Volkszeitung* (east, regional), so that we can control for the influence of market segment and origin. The sampling period was the whole year of 2006. Thirteen days were chosen at random from each quarter (resulting in 52 sampling days distributed over the whole year) and all news items that referred to one or more of the 20 East European nations were coded from the selected issues. Eastern Europe comprises all European states with a communist history (except for the former GDR): Poland, Slovakia, Slovenia, Czech Republic, Hungary, Estonia, Latvia, Lithuania, Albania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Macedonia, Romania, Serbia, Montenegro, Moldova, Russia, Ukraine and Belarus (see Brier, 2004). Coders were instructed to select all news items from the general part of the selected issues with reference to these nations either through site, nationality of actors, or as a nation affected by an event (reliability of identifying news items using the Holsti [1969] method was .98). The unit of analysis was the individual news item. A standardized codebook instructed two independent coders to code the following variables (values in parenthesis show the reliability score for the variable using the Holsti [1969] method): name of the newspaper (1.0), date of the news item (1.0), the two most important European countries mentioned (1.0 and .98), topic (.77; topics describe in an abstract form facets of reality and coders had to distinguish 30 different topics in the dimensions of politics, economics, social affairs, culture, sports and nature/environment [see Kuhlmann, 2007]), genre (.91; coders had to distinguish news, feature, personal profile, interview and picture) and establishment of the issue covered (.93). The last variable measured the time frame of media attention already paid to the issue that the covered event belongs to. To be able to indicate that time frame, a list of issues concerning Eastern Europe in 2006 was compiled in a preliminary study using reviews of the year's events from different German media. For each issue, the date of introduction into the media agenda was listed. On the basis of this list, coders in the main study were able to decide if an event covered by a news item belonged to an issue that is already established one month or longer (medium and high establishment) or if it is a new issue (low establishment). Thus, continuity of issue coverage served as an indicator of IBI in a country. Countries in which there is a primary IBI will be covered mainly with highly established issues and therefore the mean value over all articles concerning this countries will be high.

Country characteristics: Status and proximity

Two dimensions of country characteristics were derived from the theory to predict news flow: status and proximity. Status characterizes the relative position of a country in the international state system concerning power and importance in international relations, both depending on specific resources. Proximity comprises three different things: spatial distance, intensity of relationships and similarity of reporting and reported country. The operationalization of the two constructs follows three premises:

1. Utilization of the indicators already used in news flow studies, especially when they were based on the theory of newsworthiness (Hagen et al., 1998, 1999; Scherer et al., 2006). Because a comprehensive rationale that ties indicators together is still missing, a factor analysis is an appropriate approach for identifying the underlying constructs, assuming that the selected variables are multiple and convertible indicators. Comparisons with other studies (summarized by Wu, 1998) show that the indicators chosen for the current study (see below) are largely identical with the ones used in studies with a different theoretical basis.
2. The resulting news factors should be independent of each other because we wish to predict news flow from independent variables.
3. The resulting news factors should be plausible as journalistic selection criteria. This implies that they should not be too differentiated because news factors are rather (journalistic) perceptions of relevant country characteristics than the country characteristics themselves.

To gain independent dimensions of status and proximity, the selected indicators (see Table 1) for the 20 EECs were factor analysed using principal component analysis with varimax rotation. Because the Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) measure of sampling adequacy was bad for the initially chosen indicators, variables with the lowest MSA (life expectancy) and lowest communality (an index of religious similarity) were excluded as well as the country's share in Germany's foreign trade, which scored high in more dimensions and thereby violated the premises mentioned above. The definite factor analysis extracted three dimensions with eigenvalues greater than 1, which together accounted for more than 89 percent of variance. Table 1 shows the factor solution.

In accordance with existing studies (Hagen et al., 1998), the first factor is interpreted as status. The latent construct identified by the second component describes the situation of a country regarding economic wealth, fundamental democratic rights of freedom and geopolitical orientation. High values in the first two variables (corresponding to low birth rates) are characteristics of modern western democracies. This justifies the assumption that the factor measures the social affinity of an EEC to western patterns. This is consistent with the fact that common membership in international organizations also scores on this factor: most of the selected organizations have integration with the west and European unity as goals. The third factor is interpreted as spatial closeness according to the highest scoring indicator. Affinity and closeness are seen as two independent

Table 1. Dimensions of Country Characteristics

Indicator	Components		
	Status	Affinity	Closeness
GDP (PPP) US\$ ^a	.993		
Defence budget US\$ ^b	.984		
Share in world trade (US\$) in % ^a	.928		
Number of scientific publications ^c	.902		
GDP per capita (PPP) US\$ ^a		.913	
Index of press freedom ^d		.869	
Membership in international organizations ^e		.817	
Birth rate per 1000 habitants ^a		-.780	
Index of closeness ^f			.915
Proportion of German-speaking populace ^g	.513		.801
Percentage of variance	49%	29%	11%

Rotated factor solution (varimax). KMO = .762; min. MSA = .6; Bartlett: $\chi^2 = 251.62$; d.f. = 45; $p < .000$. Coefficients < .4 suppressed.

^a Source: Central Intelligence Agency (2006).

^b Source: IISS (2007).

^c Source: 'Science Citation Index Expanded' The Thomson Corporation (2007).

^d Reciprocal value of the 'Freedom of the Press Index' (Freedom House, 2006).

^e Number of international organizations in which both Germany and the EEC are members. Selection of 12 political organizations whose goal is directed towards European unification and/or mutual military cooperation/defence (Source: Central Intelligence Agency, 2006).

^f Reciprocal value of the distance between the geographic coordinates of the geographic centres of Germany and the EEC (Source: Central Intelligence Agency, 2006). For EEC bordering on Germany, this value is set at 1.

^g Source: Encyclopaedia Britannica Inc. (2006: 762ff.).

dimensions of the news factor proximity; this was supported by an additional factor analysis using the factor values resulting from the first analysis.

For each country, the Anderson–Rubin factor values were computed and allotted to the articles according to the EEC coded.

Statistical Procedure

Altogether, 699 articles with reference to one of the EECs were coded. To test our hypotheses and to answer the research questions, data were aggregated simultaneously, by country and newspaper, with 80 resulting cases (20 countries \times 4 newspapers). As independent variables, each case was allotted the status, affinity and closeness value of the country it represents as well as the mean value of establishment the coverage of a country showed in a newspaper (indication of IBI). Indices for the dependent variables were computed in the following way and afterwards also allotted to the cases.

Frequency of coverage was measured by the number of articles for a country in a newspaper. Continuity of coverage was quantified by the share in the 52 sampling days, in which a country was covered by at least one news item in a newspaper. Topical variability was quantified by the share in the 30 possible topics in which a country was

Table 2. Patterns in Coverage of Eastern Europe

Country	Frequency of coverage		Continuity of coverage	Variability in topics	Variability in genres
	Number of articles ^a	Share	Index 0–100, average over newspapers ^b	Index 0–100, average over newspapers ^b	Index 0–100, average over newspapers ^b
Russia	249	35.6%	68.27	55.83	70.00
Poland	93	13.3%	37.02	36.67	45.00
Serbia	92	13.2%	33.17	16.67	40.00
Czech Republic	50	7.2%	23.08	20.84	35.00
Ukraine	39	5.6%	16.35	14.17	35.00
Bulgaria	30	4.3%	13.46	16.67	40.00
Montenegro	30	4.3%	12.02	13.33	45.00
Romania	22	3.1%	10.58	12.50	40.00
Hungary	20	2.9%	9.62	9.17	35.00
Belarus	18	2.6%	8.66	11.67	25.00
Slovakia	12	1.7%	5.77	10.00	30.00
Croatia	8	1.1%	3.85	5.83	25.00
Bosnia and Herzegovina	7	1.0%	3.37	3.33	25.00
Slovenia	5	0.7%	2.41	4.17	20.00
Latvia	5	0.7%	2.40	4.17	25.00
Lithuania	5	0.7%	2.40	2.50	15.00
Albania	5	0.7%	2.40	3.33	15.00
Macedonia	4	0.6%	1.92	3.33	15.00
Estonia	3	0.4%	1.44	2.50	10.00
Moldova	2	0.3%	0.96	1.67	10.00
Total	699	100.0%			

^a Sum of articles in all four newspapers. Chi-square test indicates that frequency of coverage differs significantly between countries.

^b One-way ANOVA shows that differences between countries are significant.

covered by at least one news item in a newspaper. Variability in genres was quantified by the share in five possible genres in which a country was covered by at least one news item in a newspaper. To be able to control for possible effects of the reporting newspaper (circulation area, origin), this information was also allotted to each case.

To test the hypotheses and answer the research questions, the following strategy was applied. For each dependent variable, a general linear model (analysis of covariance) was computed using type of newspaper (circulation area, origin) as fixed factors and status, affinity, closeness and IBI as covariates. All dependent variables were logarithmized to fulfil the condition of normal distribution. A first model comprised at any one time the main effects for each news factor (because the selection hypotheses apply directly to all) and all two-way interactions between the news factors (because additivity and complementary hypotheses suggest that there are interactions between news factors). Additionally, the main effects of newspaper types were included. Based on the

result of the first analysis, a second model was constructed by dropping all terms that had no significant effect in predicting the dependent variable.

Results

Table 2 lists the descriptive results of the content analysis for the content patterns to be explained. For continuity, topical variability and variability in genres, the mean values for the four newspapers are shown. The results show that coverage of Eastern Europe focuses on a few countries: Russia, Poland and Serbia together accounted for already 62 percent of overall coverage, with Russia being the 'news-superpower' receiving more than one-third of total coverage and, averaged over the four newspapers, being covered on more than two-thirds of the sampled days. Additionally, coverage of Russia also showed the highest diversity in topics (56 percent of 30 topics were covered on average) and presentation style (70 percent of five genres were found on average). By contrast, seven countries were nearly 'invisible', each receiving less than 1 percent of overall coverage. Continuity largely paralleled the trend of frequency. Results also indicated that this was not entirely true for topical variability and variability in genres. The exemplary comparison of the Czech Republic and Serbia showed that, while Serbia received nearly double the amount and higher continuity of coverage, it was topically less diverse than coverage of the Czech Republic, but again more variable in terms of journalistic presentation styles. A look at a pair of countries with medium coverage – Bulgaria and Montenegro – also revealed that frequency of coverage did not entirely determine continuity and topical variability of coverage. While both countries received an equal amount of coverage, Bulgaria was covered a bit more continuously and with notably higher variability in topics.

The main purpose of this article is to test whether status, proximity (closeness and similarity) and IBI can explain these content patterns. The results of the analysis described above are shown in Table 3.

Model 1 shows that frequency of coverage of an EEC can be very well predicted ($\text{adj. } R^2 = .764$) by only two variables and an interaction of news factors. As status was the most important predictor of the amount of coverage, hypothesis 1 can be fully accepted. Hypothesis 2 can be accepted only for the combined impact of the two proximity dimensions. Neither affinity nor closeness of an EEC alone was a sufficient condition for coverage. Only when they exerted a combined influence in terms of the additivity hypothesis could they predict the amount of coverage of a country. Answering research question 1, the model shows that IBI in a country has an important main effect on the frequency of coverage – the higher the interest in an issue associated with a country, the more often the country will be covered. The model further shows a main effect of newspaper type (circulation area): national newspapers generally cover the countries with higher frequency. Assuming that the circulation area of a newspaper is associated with availability of organizational resources for foreign news coverage, this confirms existing results that circulation area reflects an important organizational determinant of news flow (Kim, 2003).

Explaining the continuity of coverage to a considerable amount ($\text{adj. } R^2 = .720$), Model 2 supports hypothesis 3 as stated and hypothesis 4 for the combined influence of affinity and closeness. Further, it shows that IBI also has a main effect in predicting

Table 3 . Analysis of Covariance (GLM)

Source	Type III sum of squares	d.f.	Mean square	F	Sig.	Partial η^2
<i>Model 1 - Dependent variable: frequency of coverage</i>						
Corrected model	13.596	4	3.399	64.993	.000	.776
Intercept	13.053	1	13.053	249.597	.000	.769
Newspaper: national	0.209	1	0.209	3.995	.049	.051
Status	4.956	1	4.956	94.759	.000	.558
IBI	1.916	1	1.916	36.631	.000	.328
Affinity * Closeness	1.485	1	1.485	28.404	.000	.275
Error	3.922	75	0.052			
Total	56.849	80				
Corrected total	17.518	79				
Adjusted R ² = .764						
<i>Model 2 - Dependent variable: continuity of coverage</i>						
Corrected model	14.280	4	3.570	51.778	.000	.734
Intercept	22.173	1	22.173	321.589	.000	.811
Newspaper: national	0.257	1	0.257	3.727	.057	.047
Status	3.985	1	3.985	57.800	.000	.435
IBI	2.187	1	2.187	31.720	.000	.297
Affinity * Closeness	2.168	1	2.168	31.444	.000	.295
Error	5.171	75	0.069			
Total	81.346	80				
Corrected total	19.452	79				
Adjusted R ² = .720						
<i>Model 3 - Dependent variable: variability in topics</i>						
Corrected model	9.474	3	3.158	33.247	.000	.568
Intercept	67.697	1	67.697	712.706	.000	.904
Newspaper: national	0.674	1	0.674	7.091	.009	.085
Status	3.134	1	3.134	32.990	.000	.303
Affinity * Closeness	3.202	1	3.202	33.706	.000	.307
Error	7.219	76	0.095			
Total	84.387	80				
Corrected total	16.693	79				
Adjusted R ² = .550						
<i>Model 4 - Dependent variable: variability in genres</i>						
Corrected model	3.807	2	1.904	9.880	.000	.204
Intercept	144.173	1	144.173	748.286	.000	.907
Newspaper: national	0.930	1	0.930	4.825	.031	.059
Affinity * Closeness	2.878	1	2.878	14.935	.000	.162
Error	14.836	77	0.193			
Total	162.816	80				
Corrected total	18.643	79				
Adjusted R ² = .184						

Note: Significance of Levene's test of equality of error variances is, in all initial models, > .05.

continuity of coverage. Answering research question 1, it can be stated: the higher the interest in a country-specific issue, the more continuously the country will be covered. This shows that, next to a generalized interest in high-status and close countries, an IBI in certain countries adds to the explanation of news flow also when the temporal dimension of coverage is considered.

Diversity of coverage of a country in terms of topical variability can also be well predicted by the news factors under consideration. Model 3 ($\text{adj. } R^2 = .550$) provides support to hypothesis 5. Hypothesis 6 can again be supported only for the interaction of affinity and closeness. The higher the status of an EEC, the closer and more affine it is to Germany, the more the topical variability coverage of this country. Again, newspaper type has a main effect: nationally circulated newspapers cover the EECs with higher topical diversity.

Model 4 shows that only hypothesis 8 can be supported for the interaction of affinity and closeness. Hypothesis 7 must be rejected. Diversity in journalistic treatment of a country as measured by variability in genres is explained to a lesser degree ($\text{adj. } R^2 = .184$) by the combined influence of affinity and closeness and newspaper type (in turn, the organizational resources behind it).

Discussion

Figure 1 outlines the results of the study. Investigating the coverage of Eastern Europe in selected German newspapers, the current study replicates at first existing results: status and proximity predict the amount of coverage an EEC receives. Results indicate that the latter effect has to be specified: neither affinity nor closeness alone explains the amount of coverage; only in combination are they of predictive value.

Expanding the scope of news flow parameters that can be explained, the study shows then, for the coverage of Eastern Europe, that status and the combination of affinity and closeness explain more than mere amount of coverage: the status of a country also predicts continuity of coverage and topical variability but not variability in genres. The interaction of affinity and closeness determines all news flow parameters under consideration. When affinity and closeness add up to a country's newsworthiness, it is not only covered more often and continuously but also with higher diversity in terms of topics covered and journalistic genres used.

The right side of the figure shows the result for a so far unconsidered predictor of news flow. It was argued that next to the generalized interest in high-status and close countries, there exists an issue-bound interest in certain countries that leads to a higher frequency of coverage of these countries. The current study shows that this assertion can be supported for the case of Eastern Europe. Further, a main effect of IBI was found on the continuity of coverage. A look at the eta statistics in Table 3 shows that the impact of IBI is even a bit more powerful than the largely known effects of proximity. On the basis of the current study, the effect can be illustrated by a closer look at the coverage of Serbia and Montenegro. Both are low in status and are in no terms very close to Germany. Nonetheless, Serbia, at least, received a considerable amount of coverage (see Table 2). The reason is that issues concerning Serbia (the war in former Yugoslavia, war crimes of that time and their international prosecution today, and subsequent problems for international law) are of continuing public interest in Germany. And since Serbia is

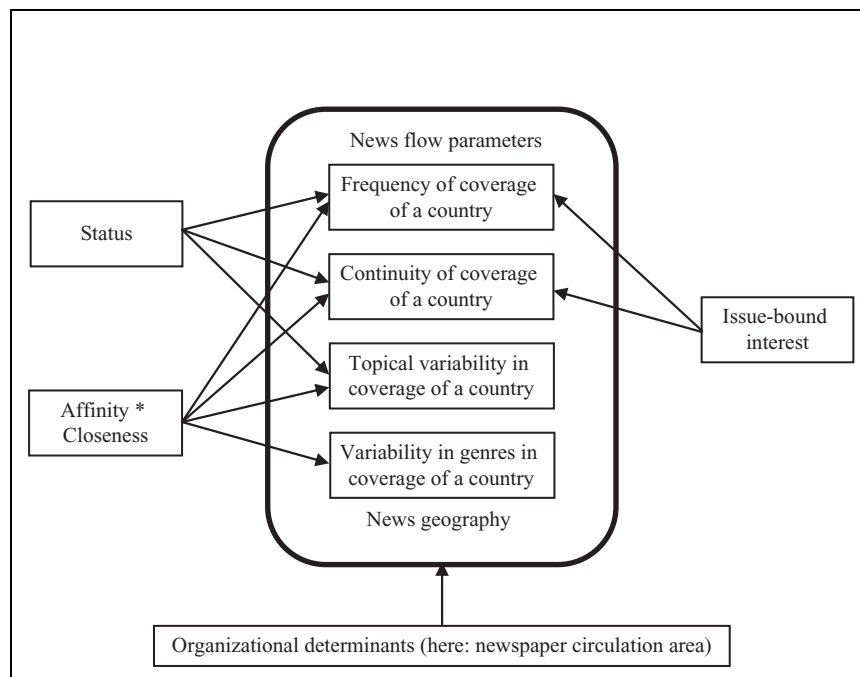


Figure 1. Explanatory Model of News Flow Parameters in the Coverage of Eastern Europe

inseparably connected with these issues, it receives a higher amount of coverage. IBI explains the high ‘visibility’ of these countries that would otherwise be left unexplained.

Although only included for the purpose of control, the models also show that newspaper characteristics reflected by circulation area (local vs national) exert influence on certain news flow parameters. Especially diversity in journalistic treatment of EECs (variability in topics and genres) is higher in national than in local circulated newspapers. Since it was supposed that circulation area is associated with organizational resources, the figure takes this effect into account by generally pointing at organizational determinants of news flow. Although circulation area (as a proxy for organizational resources) proved to be a relevant predictor in most models – a look at the eta statistics in Table 3 shows that it exerts only limited influence – determinants derived from the theory of newsworthiness (status, proximity, IBI) turned out to be more powerful predictors in all models.

Interestingly, newspaper origin (east vs west) never emerged as a significant predictor of the news flow parameters, indicating that there are no consistent differences between East German and West German newspapers. Supplemental analyses (ANCOVAs as described earlier) examining interaction effects between newspaper origin and circulation area showed, furthermore, no significant moderating effects of newspaper origin. Given the selection of newspapers in the current study, there is no evidence that media characteristics beyond organizational resources (e.g. former ideology) influence the news flow parameters in the coverage of Eastern Europe. This does not mean that there

are no differences between East and West German newspapers at all, because of some limitations in the current study, this conclusion cannot be drawn: there could be characteristics of coverage beyond the parameters under consideration here that are associated with newspaper origin; only a small number of newspapers was selected for the current study; and only the coverage of Eastern Europe was examined. To address the question of differences in more detail, future research should work with larger media samples and include the whole foreign news coverage.

The explanatory model presented in Figure 1 can claim validity only for the coverage of Eastern Europe in the selected German newspapers. Future research should address the question of generalizability because the theoretical reasoning that led to the model is not restricted to the coverage of a certain region or certain media. The model can be tested for the whole foreign news coverage of different media outlets in different nations. Future studies should therefore expand the scope of news flow parameters to be explained by adding continuity, topical variability and variability in genres. Furthermore, IBI as potential predictor should be considered and interactions between determinants of news flow should be investigated. Especially when incorporated in news flow research settled on the international level, the model or rather the hypotheses presented in this article promise new insights and offer a concrete answer to current requests for more holistic approaches in news flow research (Hanusch and Obijiovor, 2008).

Beyond the question of generalizability, some more theoretical questions and problems should be addressed by future work. One problem of the model presented here is that organizational determinants cannot so far be treated within the framework of the theory of newsworthiness since it treats the news system as a black box. Theoretical efforts could try to incorporate characteristics of media and news infrastructure by specifying constraints of theory or looking into the black box (e.g. Wilke and Rosenberger, 1994). Another theoretical challenge concerns IBI: if it proves of value in predicting news flow in further studies, this question should be raised: how can IBI itself be explained? The theory of newsworthiness delivers a starting point itself (Galtung and Ruge, 1965: 67) and the mechanisms of establishing persistent issues should then be the subject of further research.

Notes

1. This argument also bridges the gap between the event-oriented and contextual approaches in research concerning international news flow (see, for example, Golan, 2008: 43).
2. Studies that examine propositions of the theory of newsworthiness in foreign news coverage on the basis of events are not reviewed, see, for example, Golan and Wanta (2003), Peterson (1981), Shoemaker et al. (1991) and Tai (2000).
3. Behrens and Scherer (1998) mention mainly country-specific competences and knowledge on part of the journalists, e.g. knowledge of sources, (political) background knowledge and language skills.

References

- Bai, S. and M. McCombs (2007) 'Second-Level Agenda Setting and Affective Intelligence: Fluctuations of Public Perceptions of Foreign Nations', paper presented at the conference of the International Communication Association, San Francisco.

- Ball-Rokeach, S.J. and M.L. DeFleur (1976) 'A Dependency Model of Mass-Media Effects', *Communication Research* 3(1): 3–21.
- Berens, H. and H. Scherer (1998) 'Eine Nation – zwei Welten: Über die Auslandsberichterstattung in ost- und westdeutschen Tageszeitungen' [One Nation – Two Worlds: Foreign News in East and West German Newspapers], pp. 148–65 in S. Quandt and W. Gast (eds) *Deutschland im Dialog der Kulturen* [Germany in a Dialogue of Cultures]. Konstanz: UVK.
- Brettschneider, F. (1996) 'Public Opinion and Parliamentary Action: The Responsiveness of the German Bundestag in Comparative Perspective', *International Journal of Public Opinion Research* 8(3): 292–311.
- Brettschneider, F. (1998) 'Massenmedien, öffentliche Meinung und Außenpolitik [Mass Media, Public Opinion and Foreign Policy]', pp. 215–26 in W. Eberwein and K. Kaiser (eds) *Deutschlands neue Außenpolitik* [New Foreign Policy in Germany]. Munich: Oldenbourg.
- Brewer, P., J. Graf and L. Willnat (2003) 'Priming or Framing? Media Influence on Attitudes towards Foreign Countries', *Gazette* 65(6): 493–508.
- Brier, R. (2004) 'Differenz als Chance: vom Nutzen und Nachteil des Osteuropabegriffs [Differences as Chance: Advantages and Disadvantages of the Concept Eastern Europe]', *Osteuropa. Zeitschrift für Gegenwartsfragen des Ostens* 54(4): 74–85.
- Central Intelligence Agency (2006) *The World Factbook 2006*; at: www.cia.gov/cia/publications/factbook/index.html (accessed 28 February 2007).
- Chang, T.-K. (1998) 'All Countries not Created Equal to be News: World System and International Communication', *Communication Research* 25(5): 528–63.
- Chirot, D. and T. Hall (1982) 'World-System Theory', *Annual Review of Sociology* 8: 81–106.
- Eilders, C. (1997) *Nachrichtenfaktoren und Rezeption* [News Factors and Reception]. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eilders, C. (2006) 'News Factors and News Decisions: Theoretical and Methodological Advances in Germany', *Communications. The European Journal of Communication Research* 31(1): 5–24.
- Encyclopaedia Britannica Inc. (ed.) (2006) *Britannica Book of the Year*. Chicago, IL: Encyclopaedia Britannica (UK) Ltd.
- Freedom House (2006) 'Map of Press Freedom'; at: www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2006 (accessed 28 February 2007).
- Galtung, J. (1971) 'A Structural Theory of Imperialism', *Journal of Peace Research* 8(2): 81–117.
- Galtung, J. and M. Ruge (1965) 'The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers', *Journal of Peace Research* 2(1): 64–91.
- Garcia, M. and G. Golan (2008) 'Not Enough Time to Cover All the News: An Analysis of International News Coverage in *Time* and *Newsweek*', *Journal of Global Mass Communication* 1(1/2): 41–56.
- Giddens, A. (1997) *The Consequences of Modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Gilboa, E. (2000) 'Mass Communication and Diplomacy: A Theoretical Framework', *Communication Theory* 10(3): 275–309.
- Gilboa, E. (2002) 'Global Communication and Foreign Policy', *Journal of Communication* 52(4): 731–48.
- Golan, G. (2008) 'Where in the World is Africa? Predicting Coverage of Africa by US Television Networks', *International Communication Gazette* 70(1): 41–57.
- Golan, G. and W. Wanta (2003) 'International Elections on US Network News: An Examination of Factors Affecting Newsworthiness', *Gazette* 65(1): 25–39.

- Hagen, L., H. Berens, R. Zeh and D. Leidner (1998) 'Ländermerkmale als Nachrichtenfaktoren [Country Characteristics as News Factors]', pp. 59–81 in C. Holtz-Bacha, H. Scherer and N. Waldmann (eds) *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin Leben* [How Media Construct the World and How People Live in it]. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hagen, L.M., R. Zeh, H. Berens and D. Leidner (1999) 'Country Characteristics as News Factors', paper presented at the conference of the International Communication Association, San Francisco.
- Hanusch, F. and L. Obijiovor (2008) 'Toward a More Holistic Analysis of International News Flows', *Journal of Global Mass Communication* 1(1/2): 9–21.
- Haynes, R. (1984) 'Test of Galtung's Theory of Structural Imperialism', pp. 200–16 in R. Stevenson and D. Shaw (eds) *Foreign News and the New World Information Order*. Ames: The Iowa State University Press.
- Holsti, O.R. (1969) *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- IISS (International Institute for Strategic Studies) (2007) 'Europe', *The Military Balance* 107(1): 93ff.
- International Commission for the Study of Communication Problems (1980) *Many Voices One World*. Paris: UNESCO.
- Kalantzi, M. (2003) *Das medienkonstruierte Ausland* [Foreign Countries in the Media]. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Kamps, K. (1998) 'Nachrichtengeographie: Themen, Strukturen, Darstellung: ein Vergleich [News Geography: Topics, Structures, Construction: A Comparison]', pp. 275–94 in K. Kamps (ed.) *Fernsehnachrichten* [News on TV]. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kamps, K. (1999) *Politik in Fernsehnachrichten* [Politics in TV News]. Baden-Baden: Nomos.
- Kim, K. (2003) 'Organizational Determinants of International News Coverage in Korean Newspapers', *Gazette* 65(1): 65–85.
- Kuhlmann, C. (2007) 'Die vieldimensionale Welt: Themenanalysen und das Problem der Kommunikationswissenschaft mit der Realität [The Multidimensional World: Topic Analysis and the Problem of Communications with Reality]', pp. 127–51 in W. Wirth, H. Stiehler and C. Wunsch (eds) *Dynamisch-transaktional denken* [Dynamic-Transactional Thinking]. Köln: Herbert von Halem.
- Madikiza, L. and E. Bornman (2007) 'International Communication: Shifting Paradigms, Theories and Foci of Interest', *Communicatio* 33(2): 11–44.
- Peterson, S. (1981) 'International News Selection by the Elite Press: A Case Study', *Public Opinion Quarterly* 45(2): 143–63.
- Pietiläinen, J. (2006) 'Foreign News and Foreign Trade: What Kind of Relationship?', *International Communication Gazette* 68(3): 217–28.
- Powlick, P. (1995) 'The Sources of Public Opinion for American Foreign Policy Officials', *International Studies Quarterly* 39(4): 427–51.
- Rössler, P. (2003) 'Pictures of our World', paper presented at the conference of the International Communication Association, San Diego.
- Rössler, P. (2004) 'Political Communication Messages: Pictures of Our World on International Television News', pp. 271–92 in F. Esser and B. Pfetsch (eds) *Comparing Political Communication*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Salwen, M. and F. Matera (1992) 'Public Salience of Foreign Nations', *Journalism Quarterly* 69(3): 623–32.
- Schenk, B. (1987) 'Die Struktur des internationalen Nachrichtenflusses: Analyse der empirischen Studien [The Structure of International News Flow: An Analysis of Empirical Studies]', *Publizistik* 35(1): 36–54.
- Scherer, H., A. Tiele, A. Haase, S. Hergenröder and H. Schmid (2006) 'So nah und doch so fern? Zur Rolle des Nachrichtenfaktors 'Nähe' in der internationalen Tagespresse [So Near and Yet So Far? The Impact of the News Factor Proximity in the International Daily Press]', *Publizistik* 51(2): 201–24.
- Schulz, W. (1976) *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien* [The Construction of Reality in the News Media]. Freiburg: Alber.
- Shoemaker, P., L. Danielian and N. Brendlinger (1991) 'Deviant Acts, Risky Business and US Interests: The Newsworthiness of World Events', *Journalism Quarterly* 68(4): 781–95.
- Sreberny-Mohammadi, A. (1984) 'The "World of the News" Study: Results of International Cooperation', *Journal of Communication* 34(1): 121–34.
- Sreberny-Mohammadi, A. and R. Stevenson (1999) 'Comparative Analysis of International News Flow: An Example of Global Media Monitoring', pp. 59–72 in K. Nordenstreng and M. Griffin (eds) *International Media Monitoring*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Sreberny-Mohammadi, A., K. Nordenstreng, R. Stevenson and F. Ugboajah (1985) *Foreign News in the Media*. Paris: UNESCO.
- Stevenson, R. (1996) 'Remapping the News of the World', *Medien Journal* 20(4): 41–8.
- Stevenson, R. (2003) 'Mapping the News of the World', pp. 149–65 in B. Dervin, S.H. Chaffee and L. Foreman-Wernet (eds) *Communication: A Different Kind of Horserace*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Stevenson, R. and R. Cole (1984) 'Issues in Foreign News', pp. 5–20 in R. Stevenson and D. Shaw (eds) *Foreign News and the New World Information Order*. Ames: The Iowa State University Press.
- Tai, Z. (2000) 'Media of the World and World of the Media', *International Communication Gazette* 62(5): 331–53.
- The Thomson Corporation (2007) 'Science Citation Index Expanded'; at: scientific.thomson.com/products/scie/ (accessed 10 February 2007).
- Wallerstein, I. (2000a) 'The Rise and Future Demise of the World Capitalist System: Concepts for Comparative Analysis', pp. 71–105 in I. Wallerstein (ed.) *The Essential Wallerstein*. New York: The New Press.
- Wallerstein, I. (2000b) 'World-Systems Analysis', pp. 129–48 in I. Wallerstein (ed.) *The Essential Wallerstein*. New York: The New Press.
- Wanta, W., G. Golan and C. Lee (2004) 'Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perception of Foreign Nations', *Journalism and Mass Communication Quarterly* 81(2): 364–77.
- Weber, P. (2008) 'Nachrichtengeographie: Beschreibungsmodell und Erklärungsansatz auf dem Prüfstand: Untersuchung am Beispiel der Osteuropaberichterstattung deutscher Tageszeitungen' [News Geography: Empirical Tests of a Descriptive Model and a News Value Based Explanation], *Medien & Kommunikationswissenschaft* 56(3–4): 392–413.
- Westerstahl, J. and F. Johansson (1994) 'Foreign News: News Values and Ideologies', *European Journal of Communication* 9(1): 71–89.

- Wilke, J. and B. Rosenberger (1994) 'Importing Foreign News: A Case Study of the German Service of the Associated Press', *Journalism Quarterly* 71(2): 421–32.
- Willnat, L., S. Aday, P. Brewer and K. Gross (2003) 'The Impact of Media on Perceptions of Foreign Nations and Foreign Policy Preferences', paper presented at the conference of the International Communication Association, San Diego.
- Woyke, W. (2003) 'Außenpolitik [Foreign Policy]', pp. 25–31 in U. Andersen and W. Woyke (eds) *Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland* [Handbook of the Political System of Germany]. Opladen: Leske und Budrich.
- Wu, H. (1998) 'Investigating the Determinants of International News Coverage: A Meta-Analysis', *International Communication Gazette* 60(6): 493–512.
- Wu, H. (2000) 'Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries', *Journal of Communication* 50(2): 110–80.
- Wu, H. (2003) 'Homogeneity around the World? Comparing the Systemic Determinants of International News Flow between Developed and Developing Countries', *International Communication Gazette* 65(1): 9–24.
- Wu, H. (2007) 'A Brave New World for International News? Exploring the Determinants of the Coverage of Foreign Nations on US Websites', *International Communication Gazette* 69(6): 539–51.

Determinanten von Skandalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung: Eine empirische Analyse

Patrick Weber

Auslandsberichterstattung steht in der Kritik. Waren es früher noch der „ungleiche Nachrichtenaustausch“ zwischen den im internationalen Nachrichtensystem dominierenden Ländern des kapitalistischen Westens und den sozialistischen Ländern Osteuropas sowie zwischen den industrialisierten Ländern der nördlichen Hemisphäre und den Entwicklungsländern der sog. Dritten Welt und die daraus vermeintlich resultierenden „fragmentarischen Weltbilder“, die Debatten und Forschung bestimmten (Meier 1984), wird die Diskussion heute unter veränderten Vorzeichen geführt. So habe der mit dem Ende des Kalten Krieges verbundene Wegfall der „funktionalen Distanz“ (Schenk 1987: 40) zwischen Ländern ehemals grundverschiedener politischer Systeme, die Verbesserung der technologischen Rahmenbedingungen von Auslandsberichterstattung sowie die Globalisierung der Nachrichtensysteme eben gerade nicht zu den erhofften umfassenderen und vollständigeren medialen Weltbildern geführt. So konstatiert etwa Berger (2009: 1): „Ausgerechnet diese historischen Umbrüche lösten aber in vielen westlichen Medien eine entgegengesetzte Reaktion aus. Die Berichterstattung über die neue Welt wurde nicht verstärkt, sondern ausgedünnt“.

Gleichzeitig wird Auslandsberichterstattung in der globalisierten Gesellschaft eine zentrale soziale Funktion zugeschrieben: Prominente Globalisierungstheoretiker argumentieren, dass die Ausweitung der politischen und wirtschaftlichen Beziehungen zu immer mehr Staaten und Institutionen umfassenden Interaktionsnetzwerken nur auf der Basis des in den (Auslands-)Nachrichten repräsentierten gemeinsamen Wissens möglich ist (Giddens 1996: 100f.). Empirische Annäherungen an das Phänomen zeigen, dass Auslandsberichterstattung sowohl auf der Individualebene als auch im politischen Prozess bedeutende Wirkungen entfaltet, die man als Mechanismen solcher Integrationsprozesse verstehen kann. So kann das Ausmaß der Berichterstattung über ein Land die Salienz dieser Nation in der öffentlichen Wahrnehmung beeinflussen (Salwen & Matera 1992) sowie die Beurteilung ihrer Wichtigkeit in den internationalen Beziehungen (Wanta et al. 2004). Darüber hinaus stellt massenmediale (Auslands-)Berichterstattung für Politiker eine wichtige Informationsquelle über die öffentliche Meinung dar (Powlick 1995), auf die auch politisches Handeln

reagiert (Brettschneider 1996). Vor diesem Hintergrund wird verständlich, warum Auslandsberichterstattung als eine wichtige Determinante diplomatischer Beziehungen und Außenpolitik allgemein angesehen wird (Hafez 2002: 108ff.) und dass es für ein anderes Land durchaus bedeutsam ist, ob und wie es in der Auslandsberichterstattung Deutschlands präsent ist.

Seine Relevanz spiegelt sich auch in der langen Tradition wider, die das Thema Auslandsberichterstattung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung hat.¹ Sie beschäftigt sich insbesondere mit zwei zentralen Fragen:

- 1) *Struktur der Auslandsberichterstattung*: hier interessieren bspw. Fragen nach dem Anteil der Auslandsberichterstattung in den Nachrichten, der unterschiedlichen Medienpräsenz/-resonanz einzelner Länder und eine Vielzahl von Inhaltseigenschaften. Meist haben diese Fragestellungen einen normativen Hintergrund und spiegeln die Sorgen über Ungleichheiten und Ungleichgewichte im internationalen Nachrichtenfluss, ‚verzerrte‘ Nationenimages und die potentiellen Folgen solcher Berichtermuster, was auch den Hintergrund der Debatte um eine „Neue Weltinformations- und Kommunikationsordnung“ bildet,² deren Argumentation noch immer einen relevanten Referenzpunkt für die Forschung darstellt (siehe z.B. Madikiza & Bornman 2007).
- 2) Die Frage nach der *Erklärbarkeit dieser Berichtermuster*. Insbesondere die Frage nach den Einflussfaktoren der medialen Präsenz eines Landes in einem anderen ist von anhaltendem Interesse (Wu 1998). Neueste Forschungsarbeiten erweitern diese Perspektive und versuchen neben der reinen Präsenz eines Landes in den Medien auch weitere Berichtermuster zu beschreiben und zu erklären: So zeigt Weber (2010), dass auch die Kontinuität der Berichterstattung über ein Land, deren thematische Vielfalt und die Variabilität der journalistischen Darstellungsweisen vorhergesagt werden können.

Der vorliegende Beitrag reiht sich in diese Entwicklung ein und hat zum Ziel, Skandalisierung als Berichtermuster messbar zu machen, eine Erklärung zum Ausmaß der Skandalisierung in der Auslandsberichterstattung zu entwickeln und einer ersten empirischen Prüfung zu unterziehen.

Zum einen soll damit die Diskussion um die oft als problematisch empfundene Skandalorientierung der Auslandsberichterstattung auf empirische Beine gestellt, zum anderen darüber hinausgehend ein Erklärungsansatz für ein Be-

¹ Einen Überblick bis einschließlich der 1980er Jahre bietet z.B. Alscheid-Schmidt (1991: 10-18).

² Siehe die von der International Commission for the Study of Communication Problems verfasste Studie (1980: 156ff.).

richterstattungsmuster (welches nicht von vornherein als negativ zu bewerten ist) expliziert werden. Ein wesentliches Merkmal von Skandalberichterstattung ist die Aufdeckung von Verstößen gegen zentrale Werte und Normen. Durch dieses öffentliche Anprangern von Missständen wird ihr das Potential zugeschrieben, das Wertgefüge zu bekräftigen und damit einen wesentlichen gesellschaftlichen Integrationsbeitrag zu leisten (Neckel 1989, 1990; Gluckmann 1989). Vor diesem Hintergrund wird hier von der These ausgegangen, dass Skandalisierung ein Mechanismus medialer Aufmerksamkeitserzeugung ist, der das öffentliche Bewusstsein auf besonders relevante Auslandsthemen lenken kann. Eine Studie von Baum (2002) zeigt, dass man Skandalisierung dieses Potential empirisch begründet zuschreiben kann: Er zeigt, dass die Nutzung sog. Soft-News mit ihrer Fokussierung auf Gewalt, Skandale, Dramatisierung und Krisen die Aufmerksamkeit für und die Vertrautheit mit politischen Auslandsthemen insbesondere bei sonst uninteressierten Publika erhöht.³ Skandalisierung stellt danach also einen Mechanismus dar, der in der Lage ist, die ‚Hindernisse‘ im internationalen Nachrichtenfluss zu überwinden und andere Länder mit politischen Themen ins Bewusstsein des heimischen Publikums zu rücken. Sie bildet so eine wichtige Grundlage für politische Mobilisierung in diesem Politikfeld. Angesichts der daraus erwachsenden Relevanz geht es zunächst um die Frage: Wodurch zeichnet sich Skandalisierung als Berichterstattungsmuster aus?

Skandale, Medienskandale & Skandalisierung

Besonders zur Form des politischen Skandals gibt es eine Fülle an Literatur – eine konsentrierte Definition sucht man, so das weit verbreitete Urteil (z.B. bei Böcking 2007: 503 oder Neu 2004: 3), aber vergeblich. Dieses Problem muss hier nicht gelöst werden. Auf Basis eines Einblicks in einige Systematisierungsversuche (der nicht den Anspruch einer vollständigen Übersicht erhebt) sollen hier lediglich einige Kernmerkmale von Skandalen identifiziert werden, die in einem zweiten Schritt, sofern geeignet, zur Entwicklung eines Messinstruments für Skandalisierung in der Berichterstattung genutzt werden, das mit diesem Beitrag zur Diskussion gestellt wird.

³ Andererseits muss auch darauf hingewiesen werden, dass der Skandalberichterstattung eine Reihe negativer Wirkungen zugeschrieben wird (z.B. Neckel 1990), worunter die Vermutung, Skandalisierung gehe längerfristig mit steigender Politikverdrossenheit einher (Friedrichsen 1996; Kepplinger 1996) auf die potentielle Janusköpfigkeit des Phänomens Skandalisierung verweist. Empirisch erweist sich diese Wirkungsbeziehung höchstens als schwach (Wolling 2001; Maier 2003). Für den Bereich der Auslandsberichterstattung liegen dazu bisher keine Befunde vor.

Ausgangspunkt dafür ist die Definition von West, der unter einem Skandal „an event in which the public revelation of an alleged private breach of a law or a norm results in significant social disapproval or debate and, usually, reputational damage“ versteht (2006: 9). Ein Skandal ist demnach ein Ereignis, für das ein (auch mutmaßlicher) Normbruch konstituierend ist sowie dessen öffentliche Enthüllung. Skandale sind zudem gekennzeichnet durch zwei typische Reaktionen auf das Bekanntwerden des Normbruchs: soziale Missbilligung und die kontroverse Debatte über den Normbruch. Als typische Folge eines Skandals nennt West den Ansehensverlust. Thompson (2000:13f.) fügt den konstituierenden Merkmalen hinzu, dass die öffentliche Enthüllung trotz Verheimlichungsversuch des Normbrechers erfolgt. Hinsichtlich der skandaltypischen Reaktionen stellt er heraus, dass auch Unbeteiligte und vom Skandal nicht Betroffene ihre Missbilligung öffentlich äußern. Die Folgen sieht er ähnlich wie West im Reputationsverlust. Bösch (2006: 27)⁴ gelangt ähnlich wie Hondrich (2002: 15f.) auf Basis eines Vergleichs von Skandalen aus zwei Jahrhunderten zu drei Merkmalen, die einen Sachverhalt als Skandal auszeichnen. Als konstituierendes Element sieht auch er den Normbruch eines Akteurs, der für die Wahrung von Normen und Werten steht. Dieser Zusatz verweist (wie auch die von den anderen Autoren angesprochene Gefahr des Reputationsverlusts) darauf, dass Normverstöße von Statusakteuren im besonderen Maße Skandale provozieren. Weiterhin führt Bösch die Aufdeckung des Normbruchs als separates Kriterium an und nennt schließlich als skandaltypische Reaktion die breite öffentliche Empörung über den Normbruch.

Zentrale Voraussetzung dafür, dass ein Normbruch zu einem Skandal werden kann, ist mithin dessen öffentliches Bekanntwerden. Selbiges sowie das Entstehen einer breiten öffentlichen Empörung ist heute ohne Massenmedien kaum vorstellbar: indem sie Normbrüche thematisieren, verschiedene Akteure mit bewertenden Aussagen ein Forum geben und selbst Stellung beziehen, bilden sie eine entscheidende Instanz in Skandalen. Im Zuge der Medialisierung der Gesellschaft spielen Medien eine immer aktivere Rolle in Skandalen, werden selbst zu aktiven Skandalisierern, was sich nicht zuletzt an einer Zunahme der Skandalkommunikation ablesen lässt (Imhof 2006: 202).

Dieser aktiven Rolle der Medien versucht u.a. Burkhardt (2006: 25f.)⁵ mit dem Begriff des ‚Medienskandals‘ gerecht zu werden: Während sich bei mediatisierten Skandalen die Rolle der Medien auf das bloße Publikmachen des Skandals beschränke, zeichneten sich Medienskandale durch eine narrative Inszenierung des Normbruchs aus, die spezifischen Produktionsmechanismen

⁴ Siehe hierzu auch den Beitrag von Bösch in diesem Band.

⁵ Siehe hierzu auch den Beitrag von Burkhardt in diesem Band.

des Mediensystems folgt.⁶ Für diese ‚narrative Inszenierung‘ wird im Folgenden der Begriff Skandalisierung verwendet und danach gefragt, wie der Begriff empirisch zu füllen ist.

Nach Sanders bezeichnet Skandalisierung in der Berichterstattung „the apparent tendency for news content to focus on material exposing the foibles and misdemeanors of fellow citizens, especially the rich, famous, and powerful“ (Sanders 2008: 4482). Demnach ist die Berichterstattung umso stärker skandalisiert, je intensiver Normbrüche insbesondere von Statusakteuren thematisiert werden. Damit ist ein grundlegendes Berichterstattungsmerkmal für die Identifizierung von Skandalisierung benannt. Die vorstehende Diskussion zeigt, dass dies nur ein Minimalkriterium sein kann. Detaillierter rekonstruiert werden die Mechanismen der Skandalisierung in der Regel in Form von exemplarischen Analysen einzelner Skandale (z.B. Burkhardt 2006). Tabea Böcking (2007: 504f.) systematisiert die Erkenntnisse solcher Arbeiten und kommt zu zwei Klassen von Berichterstattungsmerkmalen. Unter die strukturellen Merkmale fallen neben Einfachheit und Ereignisorientierung insbesondere die inhaltliche und zeitliche Dynamik der Berichterstattung. Als wichtigstes inhaltliches Merkmal gilt die Negativität: „Ausdruck findet sie sowohl in den berichteten Ereignissen als auch in bewertenden Stellungnahmen der beteiligten Akteure und der Journalisten“ (2007: 505). Dies verweist auf ein zweites zentrales inhaltliches Merkmal, die verbale Kontroverse (Thematisierung, Deutungen und Gegendeutungen). Schließlich fällt die verstärkte Verwendung rhetorischer Stilmittel in diese Merkmalsklasse.

Überdies weist Böcking (2007: 504f.) auf die starke Verschränkung struktureller und inhaltlicher Merkmale hin, die sich u.a. darin äußert, dass die aktuellen Inhalte der Berichterstattung stark von der aktuellen Phase innerhalb der Skandalodynamik abhängig sind. So wird nach Burkhardt (2006: 184f.) der Normbruch und die negative Bewertung primär in der sog. Durchbruchphase thematisiert, während die Entstehung breiter öffentlicher Empörung (und ggf. ihrer Korrelate in der Berichterstattung wie bspw. Moralisierung und negative Reaktionen Dritter) primär in der Kulminationsphase liegt. Nach diesen zwei eher berichterstattungsintensiven Phasen (Böcking 2006: 505) ist die Abschwungphase durch weniger Berichterstattung charakterisiert sowie, da die Lösung des durch den Normbruch bedingten Konflikts in diese Phase fällt, durch geringere verbale Kontroverse.

Das zu entwickelnde Messinstrument sollte demnach in der Lage sein, Skandalisierung in der Berichterstattung unabhängig vom Skandalstadium zumindest zu identifizieren und gleichzeitig so sensibel auf die Dynamik reagieren,

⁶ Siehe hierzu auch Thompson (2000: 31) sowie Lull & Hinerman (1997: 16).

dass es dann hohe Skandalisierungswerte anzeigt, wenn die Rolle der Medien in der Skandaldynamik am bedeutendsten ist. Aus diesem Grund wird das Ausmaß der Skandalisierung auf Basis unterschiedlicher Berichterstattungsmerkmale erfasst, die die wesentlichen Skandal- und Skandalisierungselemente der bisherigen Diskussion abbilden.⁷

Das erste, in der Skandaldynamik relativ konstante Berichterstattungsmerkmal, ist die Thematisierung eines Normbruchs. Er bildet das konstituierende Element eines Skandals und muss, wie marginal auch immer, in der Berichterstattung referenziert werden. Bezüglich des Normbruchs wird hier die Ansicht von Maier (2003: 3) geteilt, dass es ausreicht, wenn eine Norm als verletzt wahrgenommen wird oder ein Sachverhalt als Normverletzung dargestellt wird – unabhängig davon, ob tatsächlich ein breiter gesellschaftlicher Konsens über diese Norm besteht. Die Diskussion hat gezeigt, dass (vermeintliche und/oder unterstellte) Normbrüche besonders dann Skandalpotential haben, wenn sie Statusakteuren zugeschrieben werden, weshalb der Status des Skandalisierten als Kriterium zur abgestuften Erfassung des Normbruchs berücksichtigt wird.

Als zweites Berichterstattungsmerkmal, dessen Vorkommen in der Skandalberichterstattung relativ unabhängig von der Skandalphase ist, dessen Intensität aber stärker mit den Phasen variieren dürfte, ist Negativität. Darunter wird die negative Bewertung des Normbruchs verstanden und durch das Skandalmerkmal der Missbilligung abgebildet. Man kann davon ausgehen, dass die Missbilligung am größten ist, wenn sich eine konsonant negative Bewertung des Normbruchs als Deutung durchgesetzt hat. Negativität soll deshalb abgestuft über die Konsonanz der (negativen) Bewertungen in einem Artikel erfasst werden.

Mit der Thematisierung von Empörungsreaktionen wird schließlich ein weiteres zentrales Skandalmerkmal berücksichtigt, dessen Vorkommen sich hauptsächlich auf die Kulminationsphase von Skandalen konzentrieren dürfte. Darunter werden alle berichteten Reaktionen auf einen Normbruch von Akteuren verstanden, die als Ausdruck von Entrüstung, Auflehnung, Groll oder Protest gelten. Sowohl Thompson (2000) als auch Bösch (2006) und Burkhardt (2006) haben darauf hingewiesen,⁸ dass die Öffentlichkeit und gesellschaftliche Gemeinschaftlichkeit der Empörung Kennzeichen von Skandalen sind. Aus diesem Grund soll Empörung abgestuft über die in einem Artikel dargestellte Kollektivität von Empörungsreaktionen erfasst werden.

⁷ Der Vollständigkeit wegen sei erwähnt, dass das Skandalkriterium der öffentlichen Enthüllung auf Grund des hiesigen Verständnisses von Skandalisierung nicht geeignet ist, da auf Grund der Publizität von Skandalberichterstattung jeglicher Beitrag dieses Kriterium erfüllt.

⁸ Letztere auch in ihren Beiträgen zu diesem Band.

Alle übrigen in der bisherigen Diskussion aufgeworfenen Kriterien werden für die Entwicklung des Messinstruments nicht berücksichtigt, weil sie sich entweder einer inhaltsanalytischen Erfassung entziehen (wie z.B. der Ansehensverlust des Skandalisierten), zu stark von einzelnen Skandalphasen abhängig sind (z.B. Thematisierung von Verheimlichungsversuchen, verbale Kontroversen) oder ihr Bezug zur Intensität von Skandalisierung nicht ganz klar ist (z.B. Verwendung rhetorischer Stilmittel).

Den weiteren Überlegungen liegt daher folgende Minimaldefinition von Skandalisierung zu Grunde: Unter Skandalisierung wird ein Bündel journalistischer Selektions- und Darstellungsentscheidungen verstanden, das sich in folgendem Berichtermuster ausdrückt: Thematisierung von Normbrüchen bei gleichzeitiger Thematisierung mindestens eines der Skandalmerkmale Negativität und Empörungsreaktionen. Wie ist nun – aufbauend auf diese Definition – das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über ein Land zu erklären?

Skandalisierung der Auslandsberichterstattung – Ein Erklärungsansatz

Als zentrale Hintergrundfaktoren zur Erklärung von Skandalisierung als Berichtermuster gelten nach Sanders (2008: 4483) die Kommerzialisierung der Medien und die Ideologie des investigativen Journalismus, da dieser die Aufmerksamkeit für potentielle Normbrüche von Machthabern erklärt und Skandale i.d.R. alle Zutaten einer ‚guten Geschichte‘ aufweisen, die in der Lage sind, Publikumsinteresse und damit Publika als zentrales von Medien produziertes Gut zu generieren.⁹

Auch die hier zu entwickelnde Erklärung für das Ausmaß von Skandalisierung in der Auslandsberichterstattung setzt am Punkt der kommerziell bedingten Orientierung journalistischer Inhalte an Publikumsinteressen an. Eine etablierte Theorie, die journalistische Selektionsentscheidungen an das Publikumsinteresse koppelt, ist die Nachrichtenwerttheorie, wie sie erstmals ausführlich von Galtung und Ruge (1965) formuliert wurde.¹⁰ Diese erklären die Auswahl bestimmter Ereignisse zur Publikation auf Basis der sog. Nachrichtenfaktoren. Dies sind Ereignismerkmale, von denen auf Grund allgemein- und wahrnehmungspsychologischer Mechanismen angenommen wird, dass sie die Selektivität im Nachrichtensystem und das Publikumsinteresse gleichermaßen lenken (1965: 68). Dass Nachrichtenfaktoren sowohl journalistische Publikationsentscheidungen als

⁹ Für eine ausführliche Darstellung der historischen Entwicklung von Skandalen zu Medienskandalen und eine umfassendere Systematisierung von Einflussfaktoren siehe Burkhardt (2006: 60ff.).

¹⁰ Zu Vorläufern und Theorieentwicklung siehe Eilders (1997) und Fretwurst (2008).

auch Publikumsreaktionen beeinflussen, ist inzwischen gut bestätigt.¹¹ Insbesondere folgende Faktoren haben sich nach Eilders (2006: 10f.) als erklärungskräftig für journalistische Selektion erwiesen: die Betroffenheitsreichweite eines Ereignisses, sein Kontroversitätsgrad und der mit ihm verbundene Schaden, die Beteiligung von Statusakteuren und prominenten Personen sowie die Zugehörigkeit eines Ereignisses zu einem etablierten Thema. Zusätzlich zählen die auf den Ereignisort bezogenen Nachrichtenfaktoren Nähe und Elitenationen zu den stabilen Selektionskriterien.

Eilders (1997) konzeptualisiert Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren, wobei Relevanz definiert ist als „die Entsprechung eines Stimulus mit individuellen Interessen, wobei diese Interessen durch vorherige Erfahrungen oder bestimmtes Wissen bedingt oder aber von kurzfristig wirksamen Zielen bestimmt sein können“ (1997: 93f.). Ausgehend davon wird kollektive Relevanz „als Schnittmenge oder gemeinsamer Nenner der individuellen Relevanzen verstanden“ (1997: 94). Nachrichtenfaktoren sind, so Eilders (1997: 86-106), dazu geeignet, solche kollektiven Relevanzzuweisungen auf evolutionstheoretischer, allgemein-psychologischer und sozialisationstheoretischer Basis zu erklären: Evolutionstheoretisch sind Relevanzzuweisungen dadurch zu erklären, dass die bevorzugte Wahrnehmung bestimmter Umweltstimuli und entsprechende Reaktionen darauf zu einem Überlebensvorteil führen. Besonders Ereignisse, von denen man selbst betroffen oder gar bedroht ist, sollten somit hohe Relevanz haben. Auch bei der sozialisationstheoretischen Erklärung beruht die Relevanzzuweisung auf einer (potentiellen) Betroffenheit: Sind im Laufe der Sozialisation erworbene gemeinsame Werte und Normen betroffen, ist man als Gesellschaftsmitglied betroffen. Allgemeinpsychologische Informationsverarbeitungsmechanismen (im Sinne anthropologischer Konstanten) erklären die Relevanzzuweisung zu bekannten und vertrauten Reizen: Sie können inhaltlich leicht zu bestehendem Wissen in Beziehung gesetzt werden und machen dadurch Sinn.

Vor dem Hintergrund der hier vertretenen These, dass Skandalisierung ein Mechanismus der Aufmerksamkeitsgenerierung für besonders relevante Auslandereignisse ist, bildet die so spezifizierte Theorie die Grundlage für die Erklärung von Skandalisierung in der Berichterstattung über ein Land. Basisannahme der Erklärung ist, dass nicht nur Selektionsentscheidungen (publizieren vs. nicht publizieren), sondern auch Darstellungsentscheidungen durch Nachrichtenfaktoren erklärbar sind.¹² Darauf aufbauend wird angenommen, dass

¹¹ Siehe hierzu die Überblicke bei Eilders (1997) und Fretwurst (2008).

¹² Diese Annahme ist m.E. gerechtfertigt durch die Vielzahl inhaltsanalytischer Studien die nachweisen, dass die mediale Beachtung einer Meldung (i.d.R. ein Index aus Platzierung und Hervorhebung) durch die in ihr vorkommenden Nachrichtenfaktoren erklärbar ist (siehe Eilders 1997: 31ff.). Damit sind im Grunde Darstellungsentscheidungen erklärt. Erst die Befunde experimentel-

Skandalisierung in der Auslandsberichterstattung umso wahrscheinlicher ist, je (kollektiv) relevanter ein Sachverhalt für das heimische Publikum auf Grund potentieller Betroffenheit ist. Betroffenheit indizieren nach Eilders (1997: 105) die Nachrichtenfaktoren Nähe und Status des Ereignislandes, Bezug zur Eigengruppe (deutsche Beteiligung an einem Ereignis), Einfluss der Akteure, Kontroverse, Überraschung, Betroffenheitsreichweite und Schaden. Annahme drei ist, dass Skandalisierung sowohl durch transsituativ stabile Faktoren als auch durch konkrete und wechselnde Ereignislagen beeinflusst wird.

Als stabile Faktoren werden alle Faktoren bezeichnet, die unabhängig von bestimmten Ereignislagen die Wahrscheinlichkeit von Skandalisierung erhöhen, weil sie im Nachrichtensystem eine höhere Sensibilität für Normbrüche verursachen. Basierend auf der Nachrichtenwerttheorie lassen sich hier in erster Linie die Ländereigenschaften nennen, die eine stärkere Relevanzzuweisung begründen. Verschiedene Studien zeigen, dass es für statushohe und nahe Länder ein generalisiertes journalistisches Interesse gibt, was zu einer stärkeren Präsenz dieser Länder in der Auslandsberichterstattung führt (z.B. Hagen et al. 1998; Wu 2000; Scherer et al. 2006). Hier wird Ähnliches für Skandalisierung vermutet, woraus sich die ersten beiden Hypothesen ergeben:

- H1:** Je höher der Status eines Landes, desto intensiver das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über dieses Land.
- H2:** Je größer die Nähe eines Landes, desto intensiver das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über dieses Land.

Als zweiter erklärungsrelevanter Faktor wird das Thema (im Sinne des berichteten Realitätsbereichs) berücksichtigt. Grundlage dafür bildet einerseits die Annahme, dass es bei einigen Realitätsbereichen wahrscheinlicher ist, dass Normbrüche thematisiert werden. Dies sollte z.B. beim Thema politische Kriminalität so sein, weil kriminelle Handlungen immer einen Normbruch implizieren und dieser Realitätsbereich somit durch Normverletzungen definiert ist. Ein anderes Beispiel sind Themen wie Kultur oder Politik. In diesen Realitätsbereichen geht es häufig um normgebende bzw. -verändernde Fragen (z.B. Gesetzgebung) oder normrelevante Diskurse (z.B. über provokative Kunst oder nationale Erinnerungs- und Gedenkkultur), so dass hier die Thematisierung von Normverletzungen wahrscheinlicher ist als in Bereichen, die nicht so stark im Normativen und

ler Studien mit Journalisten zur Selektionsrelevanz von Nachrichtenfaktoren (1997: 53ff.) rechtfertigen aber die Verwendung des Beachtungsgrades als Indikator für journalistische Selektion. Über diese Indikatorfunktion hinaus wird dadurch zudem gezeigt, dass sich der Geltungsbereich der Theorie nicht nur auf Selektion beschränkt, sondern eben auch auf journalistische Darstellungsentscheidungen anwendbar ist.

Symbolischen angesiedelt sind. Weiterhin wird davon ausgegangen, dass in Realitätsbereichen, von denen die einheimischen Bürger potentiell eher betroffen sind (z.B. die Außen- und internationale Politik des berichteten Landes), Skandalisierung wahrscheinlicher ist. Wie bereits bei den transsituativ stabilen Ländermerkmalen wird angenommen, dass Themen ein unterschiedliches ‚Skandalisierungspotential‘ haben – und zwar unabhängig von konkreten, aktuellen Ereignislagen. Ob dem so ist, soll durch Beantwortung folgender Forschungsfrage geklärt werden:

FF1: Welche Rolle spielen Themen für das Ausmaß der Skandalisierung der Berichterstattung über ein Land?

Wesentliche Eigenschaften der aktuellen Ereignislage lassen sich über Nachrichtenfaktoren abbilden. Unter der Annahme, dass insbesondere Ereignismerkmale, die potentielle Betroffenheit indizieren, Skandalisierung wahrscheinlicher machen, werden folgende Hypothesen formuliert:

- H3:** Je intensiver die deutsche Beteiligung an Ereignissen der Berichterstattung über ein Land, desto intensiver das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über dieses Land.
- H4:** Je größer der Einfluss der Akteure in der Berichterstattung über ein Land, desto intensiver das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über dieses Land.
- H5:** Je größer die Kontroverse in der Berichterstattung über ein Land, desto intensiver das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über dieses Land.
- H6:** Je größer die Überraschung in der Berichterstattung über ein Land, desto intensiver das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über dieses Land.
- H7:** Je größer die Reichweite in der Berichterstattung über ein Land, desto intensiver das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über dieses Land.
- H8:** Je größer der Schaden in der Berichterstattung über ein Land, desto intensiver das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über dieses Land.

Explorativ soll zudem die Rolle weiterer Nachrichtenfaktoren berücksichtigt werden:

FF2: Welche Rolle spielen die Nachrichtenfaktoren Prominenz, Nutzen und Etablierung in der Berichterstattung über ein Land für das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung über ein Land?

Anlage der empirischen Studie

Den Forschungsfragen soll hier in einer exemplarischen Studie zur Osteuropaberichterstattung einer deutschen Tageszeitung nachgegangen werden, die auch eine erste Prüfung des entwickelten Erklärungsmodells darstellt. Es handelt sich dabei um eine partielle Sekundäranalyse einer Studie zu Nachrichtengeographie und Nachrichtenfluss (Weber 2008). ‚Partiell‘ deshalb, weil das Messinstrument für Skandalisierung für die hier berichtete Arbeit neu entwickelt und am Originalmaterial der Studie nachcodiert wurde. Auf Grund forschungsökonomischer Beschränkungen konnte dies nur für die Berichterstattung einer Tageszeitung der ursprünglichen Medienstichprobe erfolgen, den *Münchner Merkur*.¹³

Untersuchungsgrundlage bildet die Osteuropaberichterstattung des Jahres 2006. Durch einfache Zufallsauswahl wurden pro Quartal 13 Tage, insgesamt also 52 Zeitungsausgaben, zur Abbildung dieses Zeitraums ausgewählt. Darin wurden alle Artikel aus dem täglich erscheinenden redaktionell betreuten allgemeinen überregionalen Nachrichtenteil der Zeitung mit Osteuropabezug¹⁴ analysiert. Für jeden Artikel bzw. das darin berichtete Ereignis wurden folgende Merkmale codiert (die Zahlen in Klammern geben die Reliabilitätskoeffizienten¹⁵ an): *Osteuropabezug* (codiert wurden bis zu zwei Länder, über die im Artikel berichtet wird; Reliabilität 1 bzw. 0,98 für den zweiten Bezug), *Thema* (Codierung von insgesamt 30 Realitätsbereichen: 0,77), *Einfluss* (Macht des zentralen Akteurs: 0,91), *Prominenz* (Bekanntheitsgrad des zentralen Akteurs: 0,74), *Kontroverse* (Intensität der Auseinandersetzung: 0,77), *Reichweite* (Anzahl der betroffenen Personen: 0,72), *Schaden* (negative Folgen: 0,86), *Nutzen* (positive Folgen: 0,84), *Überraschung* (Erwartungswidrigkeit eines Ereignisses:

¹³ Aus Platzgründen werden im Folgenden nur die wichtigsten Punkte der Untersuchungsanlage vorgestellt – für eine ausführliche Diskussion wird auf die Publikation zur Primärstudie (Weber 2008) verwiesen.

¹⁴ Durch Schauplatz oder zentrale Akteure hergestellte Bezüge zu: Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn, Estland, Lettland, Litauen, Albanien, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Mazedonien, Rumänien, Serbien, Montenegro, Moldawien, Russland, Ukraine, Weißrussland.

¹⁵ Inter-coderreliabilität: Anteil übereinstimmender Codierungen zweier unabhängiger Codierer bei der Codierung identischen Materials im Pretest unter Berücksichtigung der Reihenfolge. Siehe Fröh (2001: 179f.). Werte über 0,7 gelten als akzeptabel.

0,95), *Deutsche Beteiligung* (Bezug zu Deutschland: 1), *Etablierung von Themen* (Beachtungszeitraum des zum Ereignis gehörenden Issues: 0,93).

Neu für diese Analyse entwickelt wurde das Messinstrument für Skandalisierung. Mittels folgender Kategorien wurden die oben explizierten Dimensionen des Konstrukts erhoben (Reliabilitätswerte in Klammern).¹⁶ Mit der Variable *Normbruch* wurde auf einer Skala von 0-2 erfasst, ob im Artikel ein Normbruch thematisiert wurde und ob er einem Statusakteur zugeschrieben wurde oder nicht (0,94). Ein Normbruch wurde codiert, wenn ein im Artikel berichteter Sachverhalt explizit als Normverletzung bezeichnet wurde oder wenn auf Grund des Alltagswissens klar ist, dass er einen Normbruch darstellt (z.B. Menschenrechtsverletzungen, Bruch demokratischer Regeln und Rechte, Straftaten bzw. alle illegalen Handlungen). Mit der Variable *Negativität* wurde auf einer Skala von 0-2 erfasst, ob der Normbruch negativ bewertet wird und ob diese Bewertung konsonant im gesamten Artikel vorhanden ist, wobei die Bewertung explizit durch den Journalisten oder indirekt durch zu Wort kommende andere Akteure erfolgen kann (0,94). Mit *Empörung* wurde auf einer Skala von 0-2 erfasst, ob im Artikel Empörung über den Normbruch zum Ausdruck kommt und ob sie ggf. als von einer größeren Akteursgruppe geteilt dargestellt wird (0,94).

Jedem der in einem Artikel erfassten Osteuropabezüge wurden nachträglich der Status und die Nähe des berichteten Landes zugeordnet. Die Werte ergaben sich auf Grund einer Faktorenanalyse mehrerer Indikatoren für diese beiden Konstrukte, die für jedes der osteuropäischen Länder erfasst und einer statistischen Analyse unterzogen wurde (siehe ausführlich Weber 2008, 400ff.). Mittels Faktorenanalyse wurden drei voneinander unabhängige Dimensionen von Ländereigenschaften ermittelt:¹⁷ Der *Status* eines Landes ergibt sich u.a. auf Basis des Bruttoinlandsprodukts und des Verteidigungsetats des Landes. Die *Ähnlichkeit* eines Landes zu westlichen Demokratien ergibt sich u.a. auf Basis der Mitgliedschaft in internationalen Organisationen und dem Ausmaß der Pressefreiheit. Die räumliche *Nähe* ergibt sich auf Basis der räumlichen Entfernung und dem Anteil der deutschsprachigen Bevölkerung in diesem Land. Ähnlichkeit und räumliche Nähe sind zwei unabhängige Dimensionen des übergeordneten Konstrukts Nähe.

¹⁶ Intracoderreliabilität nach Holsti (1969), die auf Basis der doppelten Codierung von 54 Artikeln im Abstand von zwei Wochen mit dem Programm von Jenderek (2006) errechnet wurde. Eine ausführliche Version des Messinstruments ist auf Anfrage vom Autor erhältlich.

¹⁷ Es handelte sich um eine Hauptkomponentenanalyse mit Varimaxrotation. Extrahiert wurden drei orthogonale Dimensionen mit Eigenwerten größer 1, die zusammen mehr als 89% der Varianz erklären. KMO=0,762; min. MSA=0,6; Bartlett: Chi²=251,62; df=45; p<.000.

Ergebnisse

Deskriptive Befunde und Indices zum Ausmaß der Skandalisierung:

Die Stichprobe besteht aus 116 Artikeln, in denen insgesamt 122 Bezüge zu den Ländern Osteuropas erfasst wurden. 39,7% der Artikel thematisieren einen *Normbruch* (MW=0,67; SA=0,882¹⁸), in der Mehrzahl durch einen Statusakteur (27,6% der Artikel). Über die Hälfte der Normbrüche (57,4%) erfährt keine Bewertung im Sinne *Negativität* (MW=0,79; SA=0,954). Lediglich 36,2% sind konsonant negativ bewertet, nur 6,4% erfuhren konfligierende Bewertungen und Deutungen. Beim ‚strengsten‘ Skandalisierungskriterium, der *Empörung* (MW=0,40; SA=0,742), zeigt sich ein ähnliches Bild: Zu nur 25,5% der Normbrüche werden Empörungsreaktionen thematisiert, wovon wiederum nur gut die Hälfte kollektiv geteilt sind.¹⁹

Zur Beantwortung der Forschungsfragen und Überprüfung der Hypothesen sollen die drei Variablen zu einem zusammenfassenden Skandalisierungsmaß integriert werden. Da mit dem Messinstrument ein Querschnitt der gesamten Berichterstattung und keine Verläufe einzelner Medienskandale erfasst wurden, ist dies auf Grund der bereits besprochenen Dynamik von Medienskandalen nicht ganz einfach. Zu entscheiden ist, ob wirklich alle drei Kriterien gemeinsam auftreten müssen, um von Skandalisierung zu sprechen. Die Gefahr bei einem nach dieser strengen Logik gebildeten Index ist, dass er nur Skandalisierung in bestimmten Phasen entdeckt (vor allem in der Kulminationsphase), während er weniger sensitiv auf Medienskandale in sehr frühen oder auch späten Phasen reagiert, in denen z.B. die öffentliche Empörung noch nicht so stark ausgeprägt ist oder nicht mehr thematisiert wird. Ein weniger restriktiv gebildeter Index würde dagegen zunächst grundsätzlich auf alle Normbrüche reagieren und damit weniger abhängig von den Skandalphasen sein. Allerdings besteht dabei die Gefahr, dass ein Artikel als skandalisiert identifiziert wird, auch wenn unklar ist, ob der zu Grunde liegende Normbruch die Kulminationsphase überhaupt erreicht bzw. jemals Empörungsreaktionen dazu berichtet werden.

Zur pragmatischen Lösung des Problems werden hier zwei Skandalisierungsindices zur Diskussion gestellt: Zunächst ein wenig restriktiver Index zum *Skandalisierungspotential* eines Artikels, der die Dimensionen Normbruch, Negativität und Empörung additiv miteinander verbindet. Auf Grund der additiven Verknüpfung identifiziert er Skandalisierung unabhängig vom Vorliegen von Negativität und Empörung, erreicht mittlere Werte, wenn eines von beiden zu-

¹⁸ MW=Mittelwert; SA=Standardabweichung.

¹⁹ Die Unterschiede in den Zellbesetzungen sind bei allen drei Variablen in eindimensionalen Chi²-Tests signifikant.

sätzlich vorliegt, und nimmt hohe Werte lediglich an, wenn alle drei Dimensionen sehr hoch ausgeprägt sind. Sein Wertebereich liegt zwischen null und sechs. Die deskriptive Analyse zeigt, dass er ausgeschöpft wird und 18,2% der Artikel Skandalisierungswerte über zwei erreichen (für die das Vorliegen mindestens aller drei Dimensionen in minimaler Ausprägung oder eines starken Normbruchs und mindestens Negativität oder Empörung notwendig ist). Das mittlere Skandalisierungspotential liegt bei 1,16 (SA=1,8). Zur zusätzlichen Bildung eines strengeren Index zur *Skandalisierung* wurden die drei Dimensionen multiplikativ miteinander verbunden. Dieser Index indiziert Skandalisierung nur, wenn alle drei Kriterien in mindestens minimaler Ausprägung gleichzeitig vorliegen, und erreicht hohe Werte nur, wenn ein Normbruch eines Statusakteurs berichtet wird, der konsonant negativ bewertet wird und zudem kollektive Empörungsreaktionen berichtet werden. Der Wertebereich liegt zwischen 0 und 8, im Mittel zeigt er eine Skandalisierung von 0,55 (SA=1,9). Auf diesem Index sind nur 9,5% der Artikel skandalisiert.

Bivariate Zusammenhänge:

Im Folgenden werden kurz die Ergebnisse dreier Analysen dargestellt, die jeweils den Zusammenhang der einzelnen Variablengruppen und Skandalisierung untersucht haben und einen ersten Eindruck vom Vorhandensein und von der Stärke der Zusammenhänge liefern sollen.

In einer ersten Analyse war von Interesse, welche der durch die Nachrichtenfaktoren abgebildeten Eigenschaften der Ereignislage mit Skandalisierung zusammenhängen. Zur Quantifizierung der Stärke etwaiger Assoziationen zwischen Nachrichtenfaktoren und den Skandalisierungsindizes wurden Spearmans Rangkorrelationskoeffizienten (ρ) auf Basis der codierten Artikel berechnet und auf Signifikanz geprüft (im Folgenden werden nur signifikante Zusammenhänge aufgeführt, p bezeichnet die Irrtumswahrscheinlichkeit). Am stärksten mit dem *Skandalisierungspotential* assoziiert ist der Nachrichtenfaktor *Schaden* ($\rho=,482$; $p<,0001$). Je mehr negative Folgen ein berichtetes Ereignis also für ideelle oder gar existentielle Werte hat, desto höher sein Skandalisierungspotential in der Berichterstattung. Schwache Zusammenhänge ergeben sich zwischen dem Skandalisierungspotential und *Kontroverse* ($\rho=,335$; $p<,0001$), *Nutzen* ($\rho=-,243$; $p<,009$) und *deutscher Beteiligung* ($\rho=,239$; $p<,010$). Ein sehr schwacher negativer Zusammenhang besteht darüber hinaus mit dem Nachrichtenfaktor *Überraschung* ($\rho=-,148$; $p<,048$).

Für die Einflüsse auf den strengeren Index für *Skandalisierung* ergeben sich teils abweichende Befunde: Als wichtigster Einflussfaktor auf dieser Ebene erweist sich die *deutsche Beteiligung* ($\rho=,329$; $p<,0001$). Ereignisse mit Bezug zu

einem osteuropäischen Land, an denen Deutsche als Handelnde oder Betroffene beteiligt sind oder die in Deutschland stattfinden, werden also eher in der Berichterstattung skandalisiert als solche, die keinen Bezug zur Eigengruppe der Deutschen aufweisen. Weiterhin ergeben sich schwache Zusammenhänge mit den Nachrichtenfaktoren *Kontroverse* ($\rho = ,238$; $p < ,010$), *Schaden* ($\rho = ,230$; $p < ,013$) und *Prominenz* ($\rho = ,214$; $p < ,021$).

Mit Bezug auf FF2 interessiert, ob es signifikante Zusammenhänge zwischen Realitätsbereich und dem Ausmaß der Skandalisierung gibt. Um dies zu prüfen, wurden mit Hilfe von Kruskal-Wallis-Tests ermittelt, ob sich die durch die Indices repräsentierten Skandalisierungswerte signifikant zwischen den einzelnen Themen unterscheiden. Weder für das Skandalisierungspotential noch für Skandalisierung war der Test signifikant. Deskriptiv zeigen sich aber in der Stichprobe Tendenzen, die die oben geführte Argumentation stützen: So ergeben sich für das Thema *politische Gewalt und Kriminalität* deutlich überdurchschnittliche Werte sowohl für das Skandalisierungspotential als auch für Skandalisierung, für die Themen *Außenpolitik* und *Kultur* überdurchschnittliche Skandalisierungswerte sowie für die Themen *internationale Kulturpolitik* und *Kriminalität* ein überdurchschnittliches Skandalisierungspotential.

Zur Überprüfung des Einflusses der Eigenschaften des berichteten Landes auf das Ausmaß der Skandalisierung in der Berichterstattung zu diesem Land wurde zunächst ein Datensatz erstellt, in dem jeder der 122 Länderbezüge einen separaten Fall darstellt, und dieser Datensatz dann nach den 17 osteuropäischen Ländern aggregiert. Jedem Land konnten damit neben seinem Status, seiner Ähnlichkeit und seiner Nähe auch die beiden Werte der Skandalisierungsindices zugeordnet werden, durch die sich ihre Berichterstattung im Durchschnitt auszeichnet. Zur Quantifizierung der Stärke etwaiger Assoziationen zwischen den Ländereigenschaften und den mittleren Skandalisierungsindices wurden Pearsons Korrelationskoeffizienten (r) berechnet und auf Signifikanz geprüft. Für das *Skandalisierungspotential* der Berichterstattung zu einem Land zeigt sich ein mittlerer Zusammenhang mit seiner *Ähnlichkeit* ($r = ,530$; $p < ,029$), für das Ausmaß der *Skandalisierung* ein starker Zusammenhang mit seiner *Nähe* ($r = ,714$; $p < ,001$).

*Determinanten von Skandalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung
– Hypothesenprüfung in der multivariaten Analyse:*

Zur Prüfung der hier aufgestellten Hypothesen sind bivariate Analysen nur bedingt geeignet, da eventuell vorliegende Zusammenhänge zwischen den einzelnen unabhängigen Variablen keine Berücksichtigung finden und damit die Möglichkeit von Scheinzusammenhängen oder nicht entdeckten Assoziationen besteht. Aus diesem Grund erfolgt die Hypothesenprüfung in einer multivariaten Analyse, in der die Erklärungskraft jeder einzelnen Variable unter Kontrolle aller anderen ermittelt wird. Diese Analyse steht vor der Herausforderung, die Daten zweier verschiedener Analyseeinheiten integrieren zu müssen: zum einen das osteuropäische Land mit seinen stabilen Eigenschaften Status, Ähnlichkeit und Nähe, zum anderen die codierten Artikel mit ihren wechselnden Nachrichtenfaktoren und Themen. Gemeinsam berücksichtigen lassen sich diese Eigenschaften auf Ebene der 122 erfassten Länderbezüge: Ihnen können sowohl die Eigenschaften des berichteten Landes zugeordnet werden als auch die Merkmale der Berichterstattung in dem Artikel mit diesem Länderbezug.

Auf dieser Grundlage wurden zur Prüfung der Hypothesen und Beantwortung der Forschungsfragen zwei Regressionsmodelle geschätzt, in die die Variablen der einzelnen Variablenkomplexe schrittweise integriert wurden. Im ersten Variablenblock wurde geprüft, welche der drei Ländereigenschaften einen eigenständigen Einfluss ausüben. Im zweiten Variablenblock wurden die Themen berücksichtigt, für die sich in der bivariaten Analyse zumindest in der Stichprobe ein Einfluss gezeigt hat.²⁰ Im dritten Variablenblock wurden die Nachrichtenfaktoren mit eigenständigem Erklärungsbeitrag in die Modelle integriert. Folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse im Überblick.

²⁰ Die entsprechenden Themen gingen über dummy-codierte Variablen in die Analyse ein.

		Modell 1: Skandalisierungs- potential			Modell 2: Skandalisierung		
		B	ΔR^2	p<	B	ΔR^2	p<
Ländereigen- schaften	(Konstante)	,295		,189	-,144		,464
	Status						
	geogr. Nähe Ähnlichkeit	,224	,069	,011	,420	,143	,001
Thema	polit. Gewalt						
	Außenpolitik				,651	,038	,116
	Int. Kulturpolitik						
	Kultur						
Nachrichten- faktoren	Kriminalität	,462	,032	,386			
	Dt. Beteiligung	,590	,055	,003	,501	,033	,025
	Einfluss						
	Prominenz						
	Kontroverse	,449	,054	,004			
	Überraschung	-,637	,032	,017			
	Reichweite						
	Nutzen						
	Schaden	1,041	,154	,001	,516	,045	,021
	Etablierung						
<i>korr. R²</i>			,362			,232	
<i>Std.fehler</i>			1,43			1,62	
<i>F</i>			12,275 ($p<.0001$)			10,008 ($p<.0001$)	

[Blockweise multiple Regressionen, schrittweise (Kriterien: Wahrscheinlichkeit von F-Wert für Aufnahme $\leq .050$; Wahrscheinlichkeit von F-Wert für Ausschluss $\geq .100$). Leere Zellen = Variable nicht in Modell aufgenommen. Min. Toleranzwerte für Modell 1 0,77, für Modell 2 0,90]

Tab. 1: Ergebnisse der multiplen Regressionen

Für das *Skandalisierungspotential* der Berichterstattung zu einem Land erweist sich unter den Ländereigenschaften lediglich die geographische Nähe als signifikanter Prädiktor, der im Gesamtmodell als zweitwichtigster Erklärungsfaktor eine zentrale Rolle spielt. Aus dem Block der berücksichtigten Themen wird zunächst Kriminalität ins Modell aufgenommen. Berücksichtigt man im nächsten Schritt aber gleichzeitig zentrale Merkmale der Ereignislage, wird dieser Zusammenhang zwischen dem Thema Kriminalität und Skandalisierungspotential insignifikant. Es zeigt sich, dass sich dahinter der Einfluss des Nachrichtenfak-

tors Schaden verbirgt, der im Modell den wichtigsten Erklärungsbeitrag leistet. Weiterhin zeigt die Analyse, dass mit dem Ausmaß deutscher Beteiligung und stärkerer Kontroverse das Skandalisierungspotential steigt, mit dem Ausmaß der Überraschung hingegen sinkt. Insgesamt ist das Modell in der Lage, immerhin mehr als 1/3 der Varianz des Skandalisierungspotentials in der Berichterstattung zu einem Land zu erklären.²¹

Geringere Erklärungskraft hat Modell 2, das knapp 1/4 der Varianz der *Skandalisierung* in der Berichterstattung zu einem Land erklärt. Als wichtigster Prädiktor erweist sich die geographische Nähe des berichteten Landes, die wiederum als einziges Ländermerkmal in das Modell eingeht. Unter den Themen ist es die Außenpolitik, die zunächst einen Erklärungsbeitrag leistet, der allerdings bei gleichzeitiger Berücksichtigung des Nachrichtenfaktors deutsche Beteiligung nicht mehr signifikant ist. Einzig der mit einem Ereignis verbundene Schaden leistet unter den Merkmalen der Ereignislage noch einen Erklärungsbeitrag, der noch über dem der deutschen Beteiligung liegt.

Bezüglich der aufgestellten Hypothesen und Forschungsfragen fällt die Entscheidung wie folgt aus: H1 wird abgelehnt, da in keinem der Modelle ein Einfluss des Status eines Landes auf einen Skandalisierungsindex nachgewiesen wurde. Bezüglich H2 muss das Urteil auf Grund der Mehrdimensionalität des Konstrukts Nähe differenziert aussehen: Für die Dimensionen Ähnlichkeit wird die Hypothese abgelehnt, für die Dimension geographische Nähe wird sie angenommen, da die Nähe eines Landes zu Deutschland sowohl das Skandalisierungspotential als auch die Skandalisierung in der Berichterstattung zu diesem Land erhöht.

Unter der Annahme, dass bei Berichterstattung über bestimmte Realitätsbereiche die Wahrscheinlichkeit von Skandalisierung größer ist, wurden zur Beantwortung von FF1 die Zusammenhänge zwischen Themen und den Skandalisierungsmaßen untersucht. Weder die bivariate noch die multivariate Analyse weisen darauf hin, dass es systematische Zusammenhänge zwischen Realitätsbereich und Skandalisierung gibt. Zeigen sich solche Assoziationen, sind sie durch bestimmte Ereignislagen bzw. Nachrichtenfaktoren vermittelt.

²¹ R^2 gibt als Schätzung der Varianzaufklärung an, in welchem Ausmaß Unterschiede in der abhängigen Variable durch Unterschiede in den unabhängigen Variablen erklärbar sind. Für Modell 1 bedeutet das, dass circa 1/3 der Unterschiede im Skandalisierungspotential innerhalb der Länderbezüge auf Veränderungen in der Gruppe der unabhängigen Variablen (Ländereigenschaften, Thema, Nachrichtenfaktoren) zurückführbar sind. Fast 2/3 der Unterschiede im Skandalisierungspotential innerhalb der Länderbezüge sind also nicht auf Unterschiede in den Modellvariablen zurückführbar.

Hinter den Hypothesen drei bis acht steht die Annahme, dass insbesondere Betroffenheit indizierende Ereignismerkmale Skandalisierung wahrscheinlicher machen. Eindeutig gestützt werden konnten H3 zum Einfluss der deutschen Beteiligung und H8 zum Einfluss des Nachrichtenfaktors Schaden. Je intensiver also die deutsche Beteiligung an berichteten Ereignissen zu einem Land und je intensiver der mit diesen Ereignissen verbundene Schaden, desto höher sowohl das Skandalisierungspotential als auch die Skandalisierung in der Berichterstattung zu diesem Land. Ebenso eindeutig fällt das Urteil zu H7 und H4 aus: Beide Hypothesen werden abgelehnt, da sich in der multivariaten Analyse weder Einflüsse der Reichweite noch der Einfluss der Akteure auf die Skandalisierungsindices fanden. Auch H6 zum Einfluss der Überraschung wird abgelehnt, da der Zusammenhang mit dem Skandalisierungspotential entgegen der vermuteten Richtung läuft und eine Assoziation mit Skandalisierung nicht nachweisbar ist. Kontroverse steht zwar hypothesenkonform in einer signifikant positiven Verbindung zum Skandalisierungspotential, da sich aber kein Zusammenhang mit Skandalisierung nachweisen lässt, wird H5 vorerst ebenfalls abgelehnt.

Hinsichtlich FF2 zeigt die multivariate Analyse, dass die Nachrichtenfaktoren Prominenz, Nutzen und Etablierung in der Berichterstattung über ein Land nicht relevant sind für das Ausmaß der Skandalisierung.

Fazit und Diskussion

Insgesamt stützen die Befunde m.E. die hier vertretene These, dass Skandalisierung in der Auslandsberichterstattung umso wahrscheinlicher ist, je (kollektiv) relevanter ein Sachverhalt für das heimische Publikum auf Grund potentieller Betroffenheit ist. So gibt es offensichtlich für räumlich nahe Länder im Nachrichtensystem eine höhere Sensibilität für Normbrüche und eine stärkere Bereitschaft, sich in den öffentlichen Diskurs zu involvieren und zu empören. Treten dann noch Ereignisse ein, an denen Deutschland direkt beteiligt ist oder deren Folgen mit Schaden für ideelle, materielle oder existentielle Werte verbunden sind, wird Skandalisierung umso wahrscheinlicher. Damit fungiert Skandalisierung als Mechanismus der Aufmerksamkeitsgenerierung in der politischen Auslandsberichterstattung primär dann, wenn Gefahr und Schaden droht und ein direkter Bezug zur Eigengruppe vorhanden ist. Auslandereignisse, die die Betroffenheit Deutscher oder Deutschlands nur mehr oder weniger wahrscheinlich machen, weil Machtakeure involviert oder sie von größerer Reichweite sind, reichen offensichtlich nicht aus um diesen Mechanismus anzusprechen – ebenso wenig wie Ereignisse, denen auf Grund anderer Faktoren potentielle Relevanz zukommt.

Da es sich bei der vorliegenden Studie um eine exemplarische Analyse handelt, sind das getroffene Fazit und die vorgestellten Befunde spezifischen Beschränkungen unterworfen. Auf den angegebenen Sicherheitsniveaus erscheinen die Ergebnisse lediglich für die Osteuropaberichterstattung des Jahres 2006 des *Münchner Merkur* generalisierbar. Künftige Untersuchungen sollten das hier entwickelte Hypothesenset an einer umfangreicheren Stichprobe testen, die a) einen anderen Zeitraum umfasst, b) mehrere Medien berücksichtigt und c) die gesamte Auslandsberichterstattung analysiert. In Folgestudien sollte dann auch die Rolle der Nachrichtenfaktoren Überraschung und Kontroverse weiter aufgeklärt werden, für die hier (evtl. auf Grund der Besonderheiten der Stichprobe) keine hypothesenkonformen Ergebnisse gefunden wurden. Weiterhin lässt sich auch erst auf Basis einer breiteren Analyse die Erklärungskraft des Modells beurteilen. Die Ergebnisse der hiesigen Analyse deuten vorerst auf eine nur mäßige Erklärungsleistung. Aus diesem Grund erscheint es sinnvoll, weitere Determinanten von Skandalisierung in das Erklärungsmodell einzubetten und in der empirischen Analyse zu berücksichtigen.

Die Grundlage dafür wurde mit dem vorliegenden Beitrag gelegt: Es wurde die Bedeutung des Berichterstattungsmusters Skandalisierung in der Auslandsberichterstattung für das heimische Publikum herausgearbeitet, auf Basis der Nachrichtenwerttheorie ein Erklärungsansatz inklusive spezifischer Hypothesen abgeleitet und auf Basis eines neu entwickelten Messinstruments der empirischen Prüfung zugänglich gemacht. Dieses wurde in einer exemplarischen Untersuchung erstmals angewendet und schließlich eine Auswertungsstrategie demonstriert, deren Ergebnisse dafür sprechen, dass eine erweiterte Replikation der Studie ein wissenschaftlich lohnendes Unterfangen ist, das neue Erkenntnisse zu diesem bislang kaum erforschten Phänomen der Auslandsberichterstattung verspricht.

Literatur

- Alscheid-Schmidt, Petra (1991): *Die Kritik am internationalen Informationsfluß. Beurteilung der politischen Diskussion anhand wissenschaftlicher Untersuchungsergebnisse*. Frankfurt a.M. u.a.: Lang.
- Baum, Matthew A. (2002): Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public. In: *American Political Science Review* 96/1, S. 91-109.
- Berger, Roman (2009): *Information für die Elite. Unterhaltung und Trash für die Massen*. Online unter http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k09_BergerRoman_01.pdf, zuletzt aktualisiert am 26.2.2009, Abruf am 5.7.2010.
- Böcking, Tabea (2007): Sportskandale in der Presse. Thematisierungsmuster und ihre gesellschaftlichen Folgen. In: *Publizistik* 52/4, S. 502-532.

- Bösch, Frank (2006): Politische Skandale in Deutschland und Großbritannien. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung „Das Parlament“* H. 7, S. 25-32.
- Brettschneider, Frank. (1996): Parlamentarisches Handeln und öffentliche Meinung. Zur Responsivität des Deutschen Bundestages bei politischen Sachfragen zwischen 1949 und 1990. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 27, S. 108-126.
- Burkhardt, Steffen (2006): *Medienskandale. Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse*. Köln: Halem.
- Eilders, Christiane (2006): News factors and news decisions. Theoretical and methodological advances in Germany. In: *Communications. The European Journal of Communication Research* 31/1, S. 5-24.
- Eilders, Christiane (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Fretwurst, Benjamin (2008): *Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie*. Konstanz: UVK.
- Friedrichsen, Mike (1996): Politik- und Parteienverdruss durch Skandalberichterstattung? In: Jarren, Otfried/Schatz, Heribert/Weßler, Hartmut (Hg.): *Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 73-93.
- Früh, Werner (2001): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK.
- Galtung, Johan/Ruge, Mari Holmboe (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. In: *Journal of Peace Research* 2/1, S. 64-91.
- Giddens, Anthony (1996): *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gluckman, Max (1989): Klatsch und Skandal. In: Ebbighausen, Rolf/Neckel, Sighard (Hg.): *Anatomie des politischen Skandals*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 17-54.
- Hafez, Kai (2002): *Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Band 1: Theoretische Grundlagen*. Baden-Baden: Nomos.
- Hagen, Lutz M./Berens, Harald/Zeh, Reimar/Leidner, Daniela (1998): Ländermerkmale als Nachrichtenfaktoren. Der Nachrichtenwert von Ländern und seine Determinanten in den Auslandsnachrichten von Zeitungen und Fernsehen aus 28 Ländern. In: Holtz-Bacha, Christiane/Scherer, Helmut/Waldmann, Norbert (Hg.): *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin Leben. Für Winfried Schulz*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 59-81.
- Holsti, Ole R. (1969): *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading: Addison-Wesley.
- Hondrich, Karl O. (2002): *Enthüllung und Entrüstung. Eine Phänomenologie des politischen Skandals*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Imhof, Kurt (2006): Mediengesellschaft und Medialisierung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 54/2, S. 191-215.
- International Commission for the Study of Communication Problems (1980): *Many Voices One World. Towards a new more just and more efficient world information and communication order (MacBride-Bericht)*. Paris: Unesco.

- Jenderek, Basitan (2006): *Tool für Reliabilitätskoeffizienten*. Online unter <http://www.uni-leipzig.de/~jenderek/tool/tool.htm>, Abruf am 15.7.2010.
- Lull, James /Hinerman, Stephen (1997): *Media scandals. Morality and desire in the popular culture marketplace*. New York: Columbia University Press.
- Kepplinger, Hans M. (1996): Skandale und Politikverdrossenheit – Ein Langzeitvergleich. In: Jarren, Otfried/Schatz, Heribert/Weßler, Hartmut (Hg.): *Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 41-58.
- Madikiza, Lucky/Bornman, Elirea (2007): International communication: Shifting paradigms, theories and foci of interest. In: *Communicatio* 33/2, S. 11-44.
- Maier, Jürgen (2003): *Die üblichen Verdächtigen oder zu unrecht beschuldigt? Zum Einfluß politischer Skandale und ihrer Medienresonanz auf die Politikverdrossenheit in Deutschland*. Bamberger Beiträge zur Politikwissenschaft II-12, 2003, Bamberg: (ohne Verlag).
- Meier, Werner A. (1984): *Ungleicher Nachrichtenaustausch und fragmentarische Weltbilder. Eine empirische Studie über Strukturmerkmale in der Auslandberichterstattung*. Bern u.a.: Lang.
- Neckel, Sighard (1990): Die Wirkung politischer Skandale. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung „Das Parlament“* H. 7, S. 3-10.
- Neckel, Sighard (1989): Das Stellhölzchen der Macht. Zur Soziologie des politischen Skandals. In: Ebbighausen, Rolf/Neckel, Sighard (Hg.): *Anatomie des politischen Skandals*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 55-80.
- Neu, Michael (2004): Der Skandal. In: Bellers, Jürgen/Königsberg, Maren (Hg.): *Skandal oder Medienrummel? Starfighter, Spiegel, Flick, Parteienfinanzierung, AKWs, „Dienstreisen“, Ehrenworte, Mehmet, Aktenvernichtungen*. Münster: LIT, S. 3-23.
- Powlick, Philip J. (1995): The sources of public opinion for american foreign policy officials. In: *International Studies Quarterly* 39/4, S. 427-451.
- Salwen, Michael. B./Matera, Frances R. (1992): Public salience of foreign nations. In: *Journalism Quarterly* 69/3, S. 623-632.
- Sanders, Karen (2008): Scandalization in the News. In: Donsbach, Wolfgang (Hg.): *The International encyclopedia of communication*. Bd. 10. Oxford: Blackwell, S. 4482-4486.
- Schenk, Birgit (1987): Die Struktur des internationalen Nachrichtenflusses. Analyse der empirischen Studien. In: *Publizistik* 35/1, S. 36-54.
- Scherer, Helmut/Tiele, Annekaryn/Haase, Ansgar/Hergenröder, Sabine/Schmid, Hannah (2006): So nah und doch so fern? Zur Rolle des Nachrichtenfaktors ‚Nähe‘ in der internationalen Tagespresse. In: *Publizistik* 51/2, S. 201-224.
- Thompson, John B. (2000): *Political scandal. Power and visibility in the media age*. Cambridge: Polity Press.
- Wanta, Wayne/Golan, Guy/Lee, Cheolhan (2004): Agenda setting and international news: Media Influence on Public Perception of foreign nations. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81/2, S. 364-377.
- Weber, Patrick (2010): No News from the East? Predicting Patterns of Coverage of Eastern Europe in Selected German Newspapers. In: *International Communication Gazette* 72/6, S. 465-485.

- Weber, Patrick (2008): Nachrichtengeographie: Beschreibungsmodell und Erklärungsansatz auf dem Prüfstand. Untersuchung am Beispiel der Osteuropaberichterstattung deutscher Tageszeitungen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 56/3-4, S. 392-413.
- West, Mark D. (2006): *Secrets, sex, and spectacle. The rules of scandal in Japan and the United States*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wolling, Jens (2001): Skandalberichterstattung in den Medien und die Folgen für die Demokratie. In: *Publizistik* 46/1, S. 20-36.
- Wu, Haoming D. (2000): Systemic Determinants of International News Coverage. A Comparison of 38 Countries. In: *Journal of Communication* 50/2, S. 110-180.
- Wu, Haoming D. (1998): Investigating the Determinants of International News Coverage. A Meta-Analysis. In: *International Communication Gazette* 60/6, S. 493-512.

Nachrichtenfaktoren und Relevanzattribution

Der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile von Rezipienten und die moderierende Rolle von Civic Pride

Patrick Weber / Werner Wirth*

Nachrichtenfaktoren gelten als kollektive Relevanzindikatoren. Ob sie aber die Relevanzattribution durch Rezipienten tatsächlich systematisch beeinflussen, wurde in der bisherigen Forschung vergleichsweise selten untersucht, und die Befundlage ist nicht eindeutig. In der vorliegenden Studie wurde deshalb erstmals experimentell der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile geprüft. Basierend auf insgesamt fünf Experimenten konnte gezeigt werden, dass Kontroverse, Nähe und Schaden die wahrgenommene Wichtigkeit eines Nachrichtenereignisses erhöhen. Ein Effekt der Reichweite konnte nicht nachgewiesen werden. Weiterhin wurde exemplarisch für die Kombination der Nachrichtenfaktoren Schaden und Nähe gezeigt, dass sie einen unabhängig-additiven Effekt auf die Relevanzattribution haben und dass der Effekt von Schaden davon abhängig ist, wie stark der urteilende Rezipient Bürgernormen internalisiert hat. Insgesamt stützen die Befunde die Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren, verweisen aber auch auf die Notwendigkeit einer weiteren Exploration der Randbedingungen der Effekte von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile.

Schlüsselwörter: Nachrichtenwerttheorie, Relevanzattribution, Nachrichtenfaktoren, civic pride, Bürgersinn

1. Einordnung

Die Nachrichtenwerttheorie gilt in der Nachrichtenforschung als einer der prominentesten Ansätze zur Erklärung von Selektivität (Eilders, 2006). Nachrichtenwerttheoretische Forschung konzentriert sich häufig auf journalistische Selektion und die Frage, ob, wie und unter welchen Bedingungen Nachrichtenfaktoren journalistisches Handeln beeinflussen (zum Überblick siehe Maier, Stengel, & Marschall, 2010). Auch die meisten theoretischen Weiterentwicklungen widmen sich dieser Stufe der Nachrichtenvermittlung (Engelmann, 2010, 2012; Kepplinger, 1998; Kepplinger & Ehmig, 2006; Schulz, 1976; Staab, 1990; Uhlemann, 2012).

Unbestritten ist diese Fokussierung notwendig, um zu angemessenen Theorien über journalistische Selektion zu gelangen. Unangemessen wäre es aber, die Nachrichtenwerttheorie nur als Theorie über journalistisches Handeln zu verstehen, denn in der Formulierung von Galtung und Ruge (1965) handelt es sich um eine umfassendere Theorie der Nachrichtendiffusion. Ihr Augenmerk liegt auf der Frage, welche Merkmale von Ereignissen Selektivität im Diffusionsprozess beeinflussen und wie sie sowohl die mediale Repräsentation der Ereignisse als auch ihre Repräsentation auf Seiten der Rezipienten beeinflussen. Bereits Galtung & Ruge (1965) formulieren die Idee, dass Selektionsprozesse auf Seiten des Publikums den gleichen Prinzipien folgen wie auf Seiten der Medien – nämlich grundlegenden Prinzipien menschlicher Informationsverarbeitung,

* Die Autoren danken den Teilnehmern des Forschungsseminars „Rezeption und Wirkung von Nachrichten“, das 2010/2011 an der Universität Zürich von den Autoren geleitet wurde, für ihre Mitarbeit bei der Stimuluserstellung und Datenerhebung für die vorliegende Studie.

auf deren Basis Galtung & Ruge (1965) die Nachrichtenfaktoren als selektionssteuernde Merkmale von Nachrichtenereignissen explizieren. Eine differenziertere Antwort auf die Frage, *warum* Nachrichtenfaktoren als universelle Selektionskriterien fungieren, gibt Eilders (1997; ähnlich auch Shoemaker, 1996). Demnach sind Nachrichtenfaktoren kollektive, vermittelte Relevanzindikatoren, die nicht nur selektive, sondern auch reduktive, konstruktive und elaborative Verarbeitungsprozesse beim Publikum systematisch beeinflussen. Die Relevanzindikatoren schlagen sich vermutlich in subjektiv wahrgenommenen Normen nieder.

Die Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren bildet die Basis für die Untersuchung von Zusammenhängen zwischen Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Die bisherige Forschung erbrachte hauptsächlich Befunde zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf selektive Erinnerung (Eilders, 1997; Eilders & Wirth, 1999; Fretwurst, 2008; Merten, 1985; Ruhrmann, 1989; Ruhrmann, Woelke, Maier, & Diehlmann, 2003; Schulz, 1982). Deutlich weniger Forschung gibt es zum Einfluss auf die Nachrichtenauswahl (Donsbach, 1991; Eilders, 1997) und das Rezeptionserleben (Früh, 2010).

Vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit fanden auch Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf Urteilsprozesse, konkret Wichtigkeits- und Relevanzbeurteilungen (Fretwurst, 2008; Früh, 2010; Ruhrmann, 1989; Sande, 1971; Schulz, 1977). Die Ergebnislage ist zudem nicht eindeutig (siehe 2.2), und in Folge der aktuellsten Befunde wird die Angemessenheit der Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren grundlegend diskutiert (Früh, 2010: 172, 209). Das stellt für die Nachrichtenforschung ein fundamentales Problem dar. Denn die Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren erklärt einerseits, warum Nachrichtenfaktoren über verschiedene Instanzen der Nachrichtenvermittlung hinweg Selektivität systematisch beeinflussen. Und andererseits stellt sie die theoretische Basis für die Erweiterung von Galtungs und Ruges (1965) Vermittlungsmodell auf Rezeptionsprozesse dar.

Wir greifen die Frage nach dem Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile hier auf, um die empirische Basis für eine Entscheidung über die Bewährung der Konzeptualisierung zu stärken. Zielstellung der vorliegenden Arbeit ist es daher,

- a) kausale Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile von Rezipienten experimentell zu prüfen und
- b) die Bedeutung der Internalisierung von Bürgernormen als potenziellen Moderator des Effekts von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile zu explorieren, da gemäß Eilders' (1997) Konzeptualisierung die Relevanzindikatoren teilweise im Zusammenhang mit solchen Normen sozialisiert werden, der Einfluss von Normen auf die Relevanzattribution durch Nachrichtenfaktoren bislang aber noch nicht untersucht wurde.

Relevant ist die Forschung zum Zusammenhang von Nachrichtenfaktoren und Relevanzzuschreibung auch, weil sie die Anbindung nachrichtenwerttheoretischer Überlegungen an weitere Forschungsrichtungen ermöglicht. Die wahrgenommene Relevanz eines Nachrichtenthemas ist beispielsweise die zentrale abhängige Variable der Agenda-Setting-Forschung (McCombs, 2004). Nach der Compelling-Arguments-Hypothese ist die wahrgenommene Relevanz eines Issues nicht nur von der Salienz des Issues auf der Medienagenda abhängig, sondern kann auch direkt von bestimmten Attributen des Issues beeinflusst werden (ebd.: 91-97). Nachrichtenfaktoren können als Attribute von Issues verstanden werden, und eine Antwort auf die Frage, wie sie Relevanzurteile beeinflussen, trägt somit auch zur Forschung über Compelling Arguments bei. Daneben werden Relevanzzuweisungen bei der Nachrichtenrezeption auch im Rahmen der Wis-

sensklutforschung diskutiert (Wirth, 1997: 113-118): Einerseits werden Relevanzzuweisungen zu politischen Informationen angesichts des Ideals des politisch informierten Bürgers als normativ wünschenswert erachtet, da sie die Voraussetzung für die Aufnahme einer Information als Wissen sind. Andererseits ist aber weitgehend ungeklärt, wie solche Relevanzzuweisungen erfolgen. Wirth (1997: 113-118) diskutiert eine Reihe von Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit von Relevanzzuweisungen erhöhen könnten, darunter formale Darstellungsmerkmale von Nachrichten (dazu auch Brosius, 1995) und Nachrichtenfaktoren.

2. Nachrichtenfaktoren und Relevanzurteile

2.1 *Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren*

Warum halten Menschen eine Nachricht für relevant? Warum erscheinen Rezipienten bspw. Nachrichtenereignisse bedeutend und wichtig, die mitunter im weit entfernten Ausland geschehen und die auf den ersten Blick nichts mit ihrem Alltagsleben zu tun haben? Kurz: Wann attribuieren Rezipienten Relevanz, weisen also Nachrichtenereignissen einen bestimmten Grad von Wichtigkeit zu (van Dijk, 1979)? In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung gibt es unterschiedliche Ansätze zum Relevanzproblem, die wir im Folgenden kurz umreißen.

In der Nachrichtenforschung wird das Relevanzproblem meist auf Grundlage der Relevanztheorie von Alfred Schütz (1982) diskutiert, z. B. von Ruhrmann (1989: 36-38), der es für die Nachrichtenrezeption reformuliert (für eine Anwendung aus Wissensklutperspektive siehe Wirth, 1997). Demnach erscheinen Nachrichten relevant, 1) die unvertraut sind und besonders aufgrund ihrer Erwartungswidrigkeit automatisch Aufmerksamkeit auf sich ziehen („auferlegte thematische Relevanz“), 2) die die Interessen des Rezipienten ansprechen („freiwillige thematische Relevanz“), 3) die dem Rezipienten bei der Interpretation eines ihn interessierenden Problems helfen („Auslegungsrelevanz“), 4) die für die Realisierung der Ziele und Pläne des Rezipienten bedeutsam sind („Motivationsrelevanz“) und 5) wenn der Rezipient Bedingungen konstruiert, unter denen die Nachricht Relevanz erlangen könnte („hypothetische Relevanz“). Wirth (1997: 113-118) weist darauf hin, dass all diese Relevanzattributionen vom Vorwissen und früheren Erfahrungen der Rezipienten abhängig sind.

Im Rahmen eines diskurspsychologischen Ansatzes geht van Dijk (1979) davon aus, dass Rezipienten einer Information beim Verstehen eines Diskurses auf Basis vielfältiger Kontextkriterien (d. h. nicht textinhärenter Faktoren) Relevanz zuweisen können, besonders basierend auf a) domainspezifischem Wissen und daraus resultierenden Erwartungen, b) dem augenblicklichen „cognitive set“, z. B. aktuellen Interessen oder Aufgaben, c) aktuellen und permanenten Wünschen und Bedürfnissen oder d) Normen, Werten und generellen Einstellungen.

Zentral sind Relevanzattributionen auch in der Involvementforschung, wo die einem Objekt oder einer Tätigkeit zugeschriebene Wichtigkeit teilweise als Involvement definiert wird (siehe Wirth, 2006 zum Überblick). Mit Johnson und Eagly (1989), die sich mit Einstellungen als Objekt des Involvements befassen und Involvement als Motivationszustand charakterisieren, lassen sich drei Quellen des Involvements differenzieren: 1) ein Bezug des Involvementobjekts zu wichtigen Werten des Individuums (value-relevant involvement), 2) die (potenziellen) Konsequenzen des Involvementobjekts für das Individuum (outcome-relevant involvement), 3) die Bedeutung des Involvementobjektes dafür, wie andere das Individuum wahrnehmen (impression-relevant involvement).

Zusammengefasst ist auf Basis dieser Ansätze davon auszugehen, dass ein Nachrichtenereignis dann als relevant erachtet wird, wenn es einen Bezug zum Wissen, zu den Interessen, Zielen oder Werten eines Rezipienten aufweist, wenn es tatsächliche Konsequenzen für ihn hat oder wenn es bedeutsam für die öffentliche Selbstdarstellung des Rezipienten ist. Das legt nahe, dass Relevanzattributionen individuell jeweils sehr unterschiedlich ausfallen können. Andererseits legt die Nachrichtenwertforschung nahe, dass es kollektive Übereinstimmungen bei Relevanzattributionen gibt und dass diese entlang der Nachrichtenfaktoren auftreten. Wie kommen solche übereinstimmenden Relevanzattributionen zustande? Mit Eilders (1997) lautet die Antwort: Rezipienten *wissen*, dass ein Ereignis, auf das die Nachrichtenfaktoren zutreffen, relevant ist – und dieses Wissen ist kollektiv geteilt.

Konkret nimmt Eilders an, dass dieses Wissen in Form eines Schemas strukturiert ist (Eilders, 1997: 119). Schemata sind langfristig stabile, strukturierte Wissensbestände, in denen bestimmte Sachverhalte oder Gegenstände mental repräsentiert sind (siehe zur Schematheorie Matthes, 2004). Strukturiert wird das Wissen durch eine spezifische Konfiguration von Attributen des Gegenstandes, die die sog. Leerstellen des Schemas bilden. Entsprechend gibt es für Nachrichten laut Eilders also ein Relevanzschema, das repräsentiert, was ein wichtiges Ereignis bzw. eine wichtige Nachricht ist, und in dem die durch Nachrichtenfaktoren beschriebenen Ereigniseigenschaften die konstituierenden Attribute bzw. Leerstellen bilden (Eilders, 1997: 119).

Aus schematheoretischer Perspektive kann man Relevanzattribution entsprechend wie folgt konzeptualisieren: Das Relevanzschema interagiert im Zuge der Nachrichtenrezeption mit der aufgenommenen Information. Korrespondiert eine wahrgenommene Eigenschaft des Nachrichtenereignisses mit einer Leerstelle des Schemas, wird das Schema aktiviert, das Nachrichtenereignis in das Schema eingeordnet und damit als *relevantes* Nachrichtenereignis erkannt bzw. verstanden.

Wie kommen Rezipienten zu dem Relevanzschema? Eilders (1997: 119) argumentiert, dass es einerseits im Zuge der Mediennutzung erworben wird, z. B. durch Orientierung an journalistischen Relevanzsignalen (wie der Aufmachung einer Nachricht), die systematisch mit Nachrichtenfaktoren kovariieren. Andererseits basiert es darauf, was Menschen aus evolutionären und psychologischen Gründen sowie als Resultat ihrer Sozialisation kollektiv übereinstimmend für relevant und wichtig erachten (ebd.: 98-106). Da sich Nachrichtenfaktoren als solche kollektive Relevanzindikatoren begründen lassen (ebd.), bilden sie vermutlich zentrale konstituierende Leerstellen des Relevanzschemas.

Die Annahme eines Relevanzschemas ist die zentrale und bislang einzige vorgeschlagene Idee zur Erklärung der Erinnerungswirkung von Nachrichtenfaktoren und sie prägt unsere Vorstellung darüber, wie und warum Nachrichtenfaktoren „funktionieren“.

In der bisherigen Forschung wird meist indirekt anhand der Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf selektive Erinnerung auf das Relevanzschema geschlossen. Auch wenn sich Schemata nicht direkt empirisch nachweisen lassen (ebd.: 112-113, 121), ist durch Exploration der Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzzuschreibungen ein direkterer empirischer Zugang möglich.

2.2 Bisherige Forschung

Die Forschung zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile ist besonders durch ihre methodische Disparität gekennzeichnet, woraus auch eine eher schwache und lückenhafte empirische Absicherung der Effekte resultiert. So besteht der Großteil der

existierenden Forschung in *Aggregatdatenanalysen*, in denen Nachrichtenbeiträge die Analyseeinheit und die pro Nachrichtenbeitrag aggregierten mittleren Relevanzbewertungen einer Personenstichprobe die abhängige Variable darstellen (Ruhrmann, 1989; Sande, 1971; Schulz, 1977 zit. nach Eilders, 1997: 61; Fretwurst, 2008). Lediglich die Studie von Früh (2010) untersucht Zusammenhänge auf Individualdatenbasis. Streng genommen können allein auf Basis der Aggregatdatenanalysen nur wenig belastbare Aussagen über Zusammenhänge zwischen Nachrichtenfaktoren und Relevanzurteilen von Individuen getroffen werden. Zur Vermeidung eines ökologischen Fehlschlusses sollten diese Befunde mindestens durch Individualdatenanalysen abgesichert werden.

Weiterhin nutzen alle bisherigen Studien *unterschiedliche Operationalisierungen der abhängigen Variable*. So fragte beispielsweise Sande (1971) die Personenstichprobe nach der wichtigsten Auslandsnachricht des vergangenen Tages. Ruhrmann (1989) wählte eine relationale Relevanzabfrage und erhob, für wie wichtig die Rezipienten eine erinnerte Nachricht einerseits für sich selbst und andererseits für die Allgemeinheit beurteilten. Fretwurst (2008) hingegen erfasste ohne konkreten Bezug die eingeschätzte allgemeine Wichtigkeit erinnelter Nachrichten und Früh (2010) erhob unter anderem, als wie relevant die *Darstellung* eines Themas von den Rezipienten beurteilt wurde. Überdies ist die gängige Praxis der Verwendung von *Single-Item-Skalen* zur Operationalisierung des Relevanzurteils suboptimal, da diese anfälliger für Messfehler sind als Messungen von multiplen Indikatoren, durch deren Zusammenfassung ein Ausgleich der Messfehler erwartet werden kann (Schnell, Hill, & Esser, 1999: 129).

In der bisherigen Forschung zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf die Relevanzurteile von Rezipienten gibt es keine experimentellen Studien¹. Sie wären aber besonders geeignet, einige methodisch bedingte Beschränkungen existierender Studien zu überwinden: Sie erlauben ein Konstanthalten des Beachtungsgrades und des Themas eines Nachrichtenbeitrags sowie des simultanen Einflusses anderer Ereignismerkmale, deren Effekte bisher nicht immer kontrolliert werden konnten (z. B. Früh, 2010; Ruhrmann, 1989). Alle existierenden Studien beruhen zudem auf korrelativen Forschungsdesigns, was Kausalaussagen auf Individualebene unsicher macht. Insgesamt kann daher die *interne Validität* in der bisherigen Forschung nur eingeschränkt gewährleistet werden. Abhilfe kann hier ein experimentelles Forschungsdesign schaffen, das Nachrichtenfaktoren unter Konstanthalten des Themas variiert.

Basierend auf der methodischen Disparität ist auch die Befundlage zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile häufig nicht eindeutig. Wir konzentrieren uns hier einerseits auf Nachrichtenfaktoren, für die sowohl Befunde aus Aggregat- als auch aus Individualdatenanalysen vorliegen, die aber nicht konsistent sind (*Schaden, Reichweite, Kontroverse*). Eine experimentelle Prüfung dieser Effekte kann Hinweise auf methodisch bedingte Ursachen der Inkonsistenzen geben. Andererseits soll der Nachrichtenfaktor *Nähe* berücksichtigt werden, weil zu seinem Einfluss auf Relevanzurteile von Rezipienten noch überhaupt keine Befunde vorliegen.

Ein positiver Effekt des Nachrichtenfaktors *Kontroverse* wurde bisher nur in Aggregatdatenanalysen nachgewiesen (Fretwurst, 2008; Ruhrmann, 1989). Der Effekt konnte aber auf Basis von Individualdaten nicht repliziert werden (Früh, 2010; Kepplinger & Ehmig, 2006). Es steht deshalb zu befürchten, dass man einen ökologischen Fehl-

1 Siehe aber Kepplinger & Ehmig (2006), die eine Experimentalstudie zur journalistischen Selektion berichten, deren Ergebnisse sich aufgrund der Operationalisierung der abhängigen Variable und der Zusammensetzung des Samples teilweise im Sinne einer Relevanzattribution von Rezipienten interpretieren lassen. Die entsprechenden Befunde werden deshalb in der Darstellung des Forschungsstandes an den entsprechenden Stellen berücksichtigt.

schluss begeht, wenn man *Kontroverse* als einen Indikator dafür ansieht, was Individuen für wichtig halten. Gleiches gilt für den Nachrichtenfaktor *Reichweite*: Positiven Effekten auf Aggregatebene (Schulz, 1977 zit. nach Eilders, 1997; Ruhrmann, 1989) steht kein nachweisbarer Effekt auf Individualebene gegenüber (Früh, 2010). Auch Kepplinger & Ehmig (2006) fanden auf Individualebene keinen generellen Effekt der *Reichweite* und bei spezifischen Wichtigkeitseinschätzungen sogar Anhaltspunkte für einen negativen Effekt. Unklar ist auch die Befundlage zum Nachrichtenfaktor *Schaden*: Neben Aggregateffekten (Fretwurst, 2008; Ruhrmann, 1989; Sande, 1971) konnte auch auf Individualebene in einer Studie ein Einfluss nachgewiesen werden (Früh, 2010). Allerdings bestand bei dieser Analyse auf Individualebene die Gefahr einer Konfundierung von Nachrichtenfaktor und Thema (Früh, 2010: 121-122). Eine andere Studie auf Individualebene (Kepplinger & Ehmig, 2006) fand keinen Effekt des Nachrichtenfaktors *Schaden*.

Der in der bisherigen Forschung zu Relevanzurteilen unberücksichtigte Nachrichtenfaktor *Nähe* ist ein zentraler Faktor in der Auslandsberichterstattung und bedeutsam für internationale Nachrichtenflüsse. *Nähe* beeinflusst sowohl die Quantität (z. B. Scherrer, Tiele, Haase, Hergenröder, & Schmid, 2006) als auch Qualitäten von Auslandsnachrichten (Weber, 2010, 2011), das Publikumsinteresse (Pape, Quandt, Scharnow, & Vogelgesang, 2012), und auch Publikumsaktivität (z. B. das Verfassen von Leserkomentaren, siehe Weber, 2012). Dieser Selektionseffekt von *Nähe* über die verschiedenen Stufen der Nachrichtendiffusion hinweg wird durch seine Funktion als kollektiver Relevanzindikator erklärt (z. B. Weber, 2010). Da es bislang keine Befunde zum Einfluss von *Nähe* auf Relevanzeinschätzungen gibt, lässt sich nicht fundiert beurteilen, wie angemessen diese Erklärung ist. Im Kontext journalistischer Selektionsentscheidung fanden Kepplinger & Ehmig (2006) aber, dass *Nähe* die wahrgenommene Wichtigkeit einer Nachricht positiv beeinflusst. Als Hinweis lassen sich auch Befunde von Knobloch et al. (2002) interpretieren, die zeigen, dass räumliche *Nähe* die Wahrnehmung eines Gesundheitsrisikos als gesellschaftliches Problem beeinflusst.

Die existierende Forschung ist nicht nur hinsichtlich der berücksichtigten Nachrichtenfaktoren begrenzt. Sie konzentriert sich zudem auf isolierte Einflüsse einzelner Nachrichtenfaktoren. Offene Fragen sind deshalb, welchen Effekt die Kombination von Nachrichtenfaktoren hat und welchen Randbedingungen die Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile unterliegen.

2.3 Forschungsfragen und Hypothesen

Aus der Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren (Eilders, 1997) und dem bisherigen Forschungsstand ergeben sich eine Reihe von Fragen und Hypothesen, die wir auf Basis von insgesamt fünf Experimenten geprüft haben.

2.3.1 Isolierte Einflüsse der Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile (Experimente 1 bis 4)

In den ersten vier Experimenten wurde der Einfluss der ausgewählten Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile jeweils separat geprüft. Der Relevanzindikator *Kontroverse* wird von Eilders zweifach begründet (Eilders, 1997: 101): Zum einen signalisieren Nachrichten mit dem Faktor *Kontroverse* eine potenzielle Gefahrenquelle, der sich Menschen als Folge der biologischen Evolution automatisch aufmerksamer widmen und Relevanz zuweisen. Zum anderen wird als Folge der Internalisierung kollektiver Werte und Normen im Sozialisationsprozess politischen Kontroversen und Konflikten Relevanz bei-

gemessen, da sie zu politischen Entscheidungen führen, von denen das Individuum zumindest indirekt in seiner Rolle als Staatsbürger betroffen ist. Wenn also ein Nachrichtenereignis mit hoher *Kontroverse* verbunden ist, sollte es als relevanter beurteilt werden, als wenn es mit niedriger *Kontroverse* verbunden ist (*Hypothese 1*).

Nähe wird als Relevanzindikator hauptsächlich aufgrund seiner Signalfunktion für potenzielle Betroffenheit begründet (ebd.): Je näher ein Ereignis, desto wahrscheinlicher hat es auch Konsequenzen für den individuellen Rezipienten. Ein Nachrichtenereignis mit hoher räumlicher *Nähe* sollte deshalb als relevanter bewertet werden als eines mit geringer *Nähe* (*Hypothese 2*).

Schaden wird zum einen ähnlich wie *Kontroverse* evolutionstheoretisch, zum anderen sozialisationstheoretisch begründet (ebd.: 100): Als Folge der Internalisierung kollektiver Normen im Sozialisationsprozess wird Ereignissen Relevanz beigemessen, die gemeinschaftliche Werte negativ berühren. Wenn also ein Nachrichtenereignis mit hohem *Schaden* verbunden ist, sollte es als relevanter beurteilt werden, als wenn es mit niedrigem *Schaden* verbunden ist (*Hypothese 3*).

Die Indikatorfunktion von *Reichweite* begründet Eilders wiederum mit der höheren Wahrscheinlichkeit individueller Betroffenheit, wenn ein Ereignis Konsequenzen für größere Teile der Gesellschaft hat (ebd.: 99). Wenn *Reichweite* eine Kategorie in einem abstrakten Relevanzschema ist, sollten Rezipienten ein Nachrichtenereignis als relevanter beurteilen, wenn es mit höherer *Reichweite* verbunden ist (*Hypothese 4*).

2.3.2 *Kombinierter Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile* (Experiment 5)

Zur Exploration des kombinierten Einflusses von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile fokussierte das fünfte Experiment exemplarisch auf das Zusammenspiel der Nachrichtenfaktoren *Schaden* und *Nähe*, u. a. weil ihr Zusammenwirken von Medienpraktikern und -kritikern gleichermaßen als besonders relevant und problematisch erachtet wird (siehe bspw. Cippitelli & Schwanebeck, 2003). Die Nachrichtenwerttheorie postuliert einen additiven Effekt der Nachrichtenfaktoren und deren komplementäres Zusammenwirken (Galtung & Ruge, 1965). Additivitäts- und Komplementaritätshypothese implizieren, dass Nachrichtenfaktoren einen unabhängigen Einfluss haben (Fretwurst, 2008: 26). Entsprechend sind unbedingte Haupteffekte der Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile zu erwarten (*Hypothese 5*). Denkbar wären aber auch interaktive Effekte der beiden Nachrichtenfaktoren, etwa wenn es eine Schwelle für Relevanzurteile gibt, die nur bei simultanem Vorliegen beider Nachrichtenfaktoren überschritten wird (dazu auch Eilders & Wirth, 1999).

2.3.3 *Moderierte Einflüsse von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile* (Experiment 5)

Das fünfte Experiment diente auch der Exploration möglicher Randbedingungen des Effekts von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile. Bereits Galtung & Ruge (1965) argumentierten, dass nicht alle Nachrichtenfaktoren universell wirksam, sondern ihre Effekte teilweise kulturabhängig sind (u. a. Effekte des von ihnen sog. Faktors Negativität). Dies legt die Vermutung nahe, dass zumindest ein Teil der Nachrichtenfaktoren sozial vermittelt, d. h. erlernt, wird. Mit Eilders (1997) lässt sich diese Vermutung spezifizieren: Sie argumentiert einerseits, dass Nachrichtenfaktoren wie *Schaden* oder *Einfluss* die Betroffenheit gesellschaftlicher Werte und Normen signalisieren können (ebd.: 95-96), und dass das Relevanzschema deshalb teilweise im Zuge der Sozialisation zu-

sammen mit diesen Werten und Normen erworben wird. Dies impliziert, dass Rezipienten Relevanz besonders dann anhand von Nachrichtenfaktoren attribuieren sollten, wenn sie die betroffenen Werte und Normen auch teilen. Weiterhin nimmt Eilders an, dass Nachrichtenfaktoren selbst Normen sind und einen kollektiven Wissensbestand darstellen, der gesellschaftliche Verständigung darüber ermöglicht, was für die Gemeinschaft bedeutsam ist (ebd.: 120). Konkret müssen sich in Demokratien Bürger darüber verständigen können, was kollektiv wichtig und damit ggf. regelungsbedürftig ist. Eine an die Bürgerrolle geknüpfte Erwartung im Kontext der Nutzung politischer Nachrichten ist deshalb, dass Bürger im Zuge der Nachrichtenrezeption politische Relevanzen erkennen bzw. zuweisen (Wirth, 1997: 116). Nachrichtenfaktoren als Normen geben nun Orientierung darüber, was als relevant gilt oder zu gelten hat. In diesem Zusammenhang kann man sie also auch als einen Teil der Verhaltenserwartungen an Bürger verstehen. Es leuchtet deshalb unmittelbar ein, dass der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile von der Internalisierung von Bürgernormen abhängig sein könnte. Denn wenn Nachrichtenfaktoren Normen sind, sollte der Norm nur entsprochen werden (d. h. sollte Relevanz anhand von Nachrichtenfaktoren attribuiert werden), wenn grundsätzlich eine starke innere Bindung an solche staatsbürgerlichen Normen gegeben ist.

Der Grad der Verinnerlichung von Bürgernormen drückt sich u. a. in der Einstellung zu Verpflichtungen gegenüber der Gemeinschaft und Bürgerpflichten aus, also dem individuellen Verantwortungsbewusstsein für eine Gemeinschaft und ihre Werte. Solch eine Globaleinstellung, über die der Grad der Internalisierung staatsbürgerlicher Normen erfassbar ist, wird durch das Konzept *civic pride* beschrieben, was sich als „Bürgersinn“ übersetzen lässt: „Civic pride is confidence that one takes one's community and civic responsibilities seriously, as opposed to believing that one has no civic duties or fulfils them only out of reluctant obligation“ (Gastil & Xenos, 2010: 323). Um zu klären, ob die Internalisierung von Bürgernormen eine relevante Randbedingung ist, soll geprüft werden, ob der Einfluss von *Schaden* und/oder *Nähe* auf das Relevanzurteil abhängig ist von *civic pride* (FF1).

3. Experimente 1 bis 4

In den Experimenten 1 bis 4 sollte der Einfluss der Nachrichtenfaktoren *Schaden*, *Reichweite*, *Kontroverse* und *Nähe* auf Relevanzurteile überprüft werden. Dazu wurden jeweils die Relevanzurteile von Probanden, die eine Nachricht mit hoch ausgeprägtem Nachrichtenfaktor gelesen hatten, verglichen mit Urteilen von Probanden, die die Nachricht mit niedrig ausgeprägtem Nachrichtenfaktor gelesen hatten. Aus forschungsökonomischen Gründen wurden die Studien in zwei Serien zu je zwei Experimenten durchgeführt. In Serie 1 fanden die Experimente zur Wirkung von *Kontroverse* (Experiment 1) und *Nähe* (Experiment 2) statt, in Serie 2 diejenigen zur Wirkung von *Schaden* (Experiment 3) und *Reichweite* (Experiment 4).

3.1 Methodik

3.1.1 Teilnehmer

Teilnehmer der ersten Experimentalserie waren 53 Studierende (69.8 % weiblich), die im Durchschnitt 22,1 Jahre alt waren ($SD = 2.5$). Für die zweite Serie konnten 30 Studierende (58.3 % weiblich, $M_{Alter} = 22.2$ Jahre, $SD = 2.0$) rekrutiert werden. Alle Pro-

banden wurden durch einen Aufruf über eine Mailingliste des kommunikationswissenschaftlichen Instituts der Universität Zürich gewonnen.

3.1.2 *Stimulusmaterial*

Als Stimuli fungierten in allen Experimenten Nachrichtenbeiträge, die in der Aufmachung Zeitungsberichten nachempfunden waren. Die Beiträge mussten zwei Anforderungen genügen: Die Probanden sollten möglichst kein Hintergrundwissen zu dem konkreten Nachrichtenereignis haben, auf dessen Grundlage sie eine manipulierte Beitragsversion als unrichtig hätten einschätzen können. Zudem mussten alle Versionen des Beitrags als glaubwürdige (und damit extern valide) Nachrichten erscheinen. Auf Basis von Auslandsnachrichten lassen sich diese Anforderungen am ehesten erfüllen. Die Nachrichtenereignisse waren deshalb fiktiv, orientierten sich aber an realen Auslandsnachrichten. Für jedes Experiment wurden auf Basis umfangreicher Pretests zwei Versionen eines Beitrags hergestellt (hoch ausgeprägter Nachrichtenfaktor vs. niedrig ausgeprägter Nachrichtenfaktor), wobei die Manipulation Eilders' (1997) Definitionen der Nachrichtenfaktoren folgte².

Grundlage für Experiment 1 war ein Bericht über Verhandlungen zwischen Botswana und Namibia über das Volumen ihrer Diamantenexporte im Rahmen der Afrikanischen Union. In der Version mit *hoher Kontroverse* löst das Ergebnis der Verhandlungen Demonstrationen der Minenarbeiter in Botswana und die Androhung militärischer Gewalt aus. In der Version mit *niedriger Kontroverse* löst sich die Anspannung unter den Beschäftigten der Diamantenindustrie in Folge der Verhandlungen auf, und das Verhandlungsergebnis wird als fairer Interessenausgleich bewertet.

Thema des Beitrags für Experiment 2 war die Verbreitung sowie Ursachen und Konsequenzen von Adipositas unter Kindern. Für die Version mit *hoher Nähe* wurde die Entwicklung in England geschildert, für die Version mit *niedriger Nähe* dieselbe Entwicklung für Mexiko.

Grundlage für Experiment 3 war ein Bericht über die bevorstehende Fertigstellung eines Staudamms in der Ukraine. In der Textversion mit *hohem Schaden* wurde auf die negativen Folgen des Baus für die lokale Bevölkerung fokussiert und es wurden Unfälle mit Todesfolge während der Bauphase thematisiert. In der Version mit *niedrigem Schaden* wurde stärkeres Gewicht auf das Potenzial des Projekts für die Energieversorgung gelegt, und Unfälle mit Todesfolge wurden nicht thematisiert.

Gegenstand des Beitrags in Experiment 4 war der Streik einer Bahngewerkschaft in Argentinien. In der Version mit *niedriger Reichweite* waren die Auswirkungen des Streiks auf eine Gemeinde begrenzt, in der Version mit *hoher Reichweite* war es ein landesweiter Streik, der sich auf den Bahnverkehr im gesamten Land ausgewirkt hat.

3.1.3 *Durchführung*

Alle Experimente waren Laborexperimente, die in Sitzungen mit bis zu sechs Teilnehmern stattfanden. Die Durchführung war in beiden Experimentalserien identisch: Nach Ankunft im Labor wurden die Probanden an je einem Computerarbeitsplatz platziert und ein programmierter Fragebogen übernahm die Führung durch die Sitzung. Zunächst erfolgte eine zufällige Zuteilung auf eines der zwei Experimente (d. h. die Reihenfolge der experimentellen Stimuli in einer Serie war randomisiert). Anschließend wurde den

2 Eine vollständige Dokumentation der Stimuli ist aus Platzgründen hier unmöglich. Auf Anfrage gewähren die Autoren Einsicht in das Stimulusmaterial.

Probanden zufällig eine der zwei Beitragsversionen des Experiments zur Lektüre präsentiert. Es folgten Fragen zur Wahrnehmung des Nachrichtenereignisses (Manipulationscheck) und zu seiner Relevanz. Das Ende des ersten Experiments wurde als eine Lesepause angekündigt, während der sich die Probanden entspannen sollten. Dazu wurde ihnen eine 30-sekündige neutrale Bildsequenz präsentiert. Der Ablauf des zweiten Experiments der Serie war identisch. Am Ende der Serie wurden jeweils soziodemografische Angaben erhoben, den Teilnehmern wurde gedankt und sie wurden entlassen.

3.1.4 Manipulationscheck

Ziel des Manipulationschecks ist es sicherzustellen, dass sich a) die Manipulation der Nachrichtenfaktoren eines Beitrags in einer entsprechenden Wahrnehmung des Nachrichtenereignisses niederschlug und dass sich b) die Stimulusversionen nicht in ihrer Glaubwürdigkeit und Verständlichkeit unterschieden.

Die Probanden sollten für jeweils drei Aussagen (adaptiert von Schulz, 1977) entscheiden, wie gut sie auf das Nachrichtenereignis zutreffen. Die Zustimmung wurde auf fünfstufigen Skalen erhoben (1 trifft überhaupt nicht zu – 5 trifft sehr stark zu). Die Items wurden jeweils zu Mittelwertindizes zusammengefasst. Die wahrgenommene *Kontroverse* in Experiment 1 (z. B. „Dabei geht es um einen Konflikt“, $\alpha = .75$) war wie intendiert auf Basis der Textversion mit hoch ausgeprägtem Nachrichtenfaktor höher ($M = 3.9$, $SD = .8$) als bei niedriger Ausprägung ($M = 2.7$, $SD = .9$). Eine ANOVA zeigte, dass der Unterschied signifikant ist, $F(1,51) = 28.8$, $p < .01$. Die wahrgenommene *Nähe* in Experiment 2 (z. B. „Das Ereignis findet im nahen Ausland statt“, $\alpha = .99$) war bei hoch ausgeprägtem Nachrichtenfaktor *Nähe* größer ($M = 4.5$, $SD = .5$) als bei niedrig ausgeprägter *Nähe* ($M = 1.2$, $SD = .5$), $F(1, 51) = 498.2$, $p < .01$. Bei niedrig ausgeprägtem *Schaden* in Experiment 3 war der wahrgenommene *Schaden* (z. B. „Das Ereignis hat negative Konsequenzen“, $\alpha = .77$) niedriger ($M = 2.8$, $SD = 1.0$) als bei hoher Ausprägung ($M = 3.4$, $SD = .8$), $F(1, 28) = 3.8$, $p = .06$. In Experiment 4 war die wahrgenommene *Reichweite* (z. B. „Das Ereignis betrifft weite Teile der Bevölkerung“, $\alpha = .92$) bei niedrig ausgeprägtem Nachrichtenfaktor kleiner ($M = 2.3$, $SD = .8$) als bei hoher Ausprägung ($M = 3.5$, $SD = 1.0$), $F(1, 28) = 13.0$, $p < .01$.

Die Glaubwürdigkeit und Verständlichkeit jedes Beitrags wurde mit je einem Adjektivpaar in einem fünfstufigen semantischen Differential erhoben (1 unglaubwürdig – 5 glaubwürdig, 1 unverständlich – 5 verständlich). Die Glaubwürdigkeitswerte lagen im Durchschnitt bei 4.2, die Verständlichkeitswerte bei 4.5. In keinem der Experimente unterschieden sich die Glaubwürdigkeit oder Verständlichkeit der Textversion mit hoch ausgeprägtem Nachrichtenfaktor signifikant von der Version mit niedrig ausgeprägtem Nachrichtenfaktor.

Insgesamt hat sich die Manipulation wie gewünscht in der Wahrnehmung der Nachrichtenereignisse niedergeschlagen. Lediglich in Experiment 3 (*Schaden*) ist die Manipulation schwach ausgefallen und hat die Ereigniswahrnehmung nur tendenziell signifikant beeinflusst. Insgesamt wurden die Stimuli unbeeinflusst von der Manipulation als authentische und verständliche Nachrichtenbeiträge wahrgenommen.

3.1.5 Abhängige Variable

Zur Operationalisierung der abhängigen Variable wählten wir eine allgemeine Relevanzabfrage. Wir erachten dieses Vorgehen als theorieadäquater als relationale Relevanzabfragen, die zwischen persönlicher und gesellschaftlicher Relevanz differenzieren, da Eilders (1997) keine Differenzierung des Relevanzschemas nach unterschiedlichen

Bezugsgrößen vorsieht. Ihre Konzeptualisierung integriert vielmehr verschiedene Relevanzebenen in einem kollektiven Relevanzmuster „intersubjektiv ähnliche[r] Zuschreibungen persönlicher *oder* gesellschaftlicher Relevanz“ (Früh, 2010: 23, Hervorhebung hinzugefügt).

Zur Erhöhung der Präzision der Messung gegenüber Single-Item-Skalen sollten die Probanden das Nachrichtenereignis jeweils mit Hilfe von drei Items in einem fünfstufigen semantischen Differential einschätzen (unwichtig – wichtig, unbedeutend – bedeutend, irrelevant – relevant). Die interne Konsistenz war über alle vier Experimente zufriedenstellend ($.89 \leq \alpha \leq .95$) und die eingeschätzte Relevanz wurde durch einen einfachen Mittelwertindex abgebildet.

3.2 Ergebnisse und Diskussion

Die Hypothesen wurden pro Experiment mit einer Kovarianzanalyse geprüft, in der das Geschlecht der Probanden jeweils kontrolliert wurde. Tabelle 1 zeigt die Ergebnisse im Überblick.

Tabelle 1: Einfluss der Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile

Experiment	NF	Relevanz				part. η^2
		NF niedrig	NF hoch			
1 ($n = 53$)	Kontroverse	2.35 (.19)	3.16 (.19)	$F(1, 50) = 9.21$	$p < .01$.16
2 ($n = 53$)	Nähe	3.42 (.18)	4.02 (.18)	$F(1, 50) = 5.52$	$p < .05$.10
3 ($n = 30$)	Schaden	3.29 (.24)	4.00 (.24)	$F(1, 27) = 4.20$	$p = .05$.14
4 ($n = 30$)	Reichweite	2.94 (.26)	3.42 (.26)	$F(1, 27) = 1.69$	$p = .21$.06

Anmerkung: Angegeben sind die mittleren Relevanzeinschätzungen (geschätzte Randmittel), Standardfehler in Klammern. Das partielle η^2 quantifiziert die Effektstärke und wird interpretiert als Anteil erklärter Varianz der abhängigen Variable, nachdem der Effekt der Kovariate (hier: Geschlecht) auspartialisiert wurde.

Insgesamt zeigt sich, dass die Relevanz des Nachrichtenereignisses in den Experimenten jeweils höher eingeschätzt wurde, wenn der Nachrichtenfaktor hoch ausgeprägt war. Konsistent mit H1 war der positive Effekt von *Kontroverse* auf die Relevanzeinschätzung signifikant. Auch *Nähe* (H2) wirkte sich signifikant positiv auf das Relevanzurteil aus. Der Levene-Test zu dieser Analyse zeigte Varianzheterogenität. Der Einfluss des Nachrichtenfaktors *Nähe* auf die eingeschätzte Relevanz konnte aber mit einem Mann-Whitney-U-Test bestätigt werden. Der positive Einfluss von *Schaden* auf das Relevanzurteil war nur knapp signifikant. Auch hier lag Varianzheterogenität vor und der Effekt konnte nicht im Rahmen eines Mann-Whitney-U-Tests nachgewiesen werden. Da gleichzeitig die Manipulation in Experiment 3 nicht optimal funktionierte, stellt dieses Experiment und die zugehörige Analyse keine verlässliche Basis für eine Entscheidung über H3 dar. Der positive Effekt der *Reichweite* auf die Relevanzeinschätzung (H4) war nicht signifikant.

4. Experiment 5

Im fünften Experiment sollte das Zusammenwirken der beiden Nachrichtenfaktoren *Schaden* und *Nähe* untersucht werden. Ein weiteres Ziel war die Exploration der Bedeutung von *civic pride* als Randbedingung der Effekte von *Schaden* und *Nähe* auf das

Relevanzurteil. Dazu musste civic pride als Moderator im Experimentaldesign berücksichtigt werden, was eine größere und heterogenere Stichprobe notwendig machte, als sie im Rahmen der Experimente 1 bis 4 rekrutiert werden konnte. Experiment 5 wurde deshalb als Onlineexperiment realisiert.

4.1 Methodik

Die Prüfung der Hypothesen erfolgte im Rahmen eines 2(niedriger vs. hoher *Schaden*)x2(niedrige vs. hohe *Nähe*)-faktoriellen Between-Subject-Designs, in dem die Teilnehmer eine ihnen zufällig zugeteilte Version eines Zeitungsartikels lasen. Anschließend wurden sie um eine Einschätzung der Relevanz des Nachrichtenereignisses gebeten und zur Wahrnehmung des Artikels befragt.

4.1.1 Durchführung und Teilnehmer

Die Rekrutierung der Teilnehmer erfolgte mit Unterstützung zweier reichweitenstarker Online-Zeitungen, die auf ihren Websites eine kurze Studienankündigung und -einladung publizierten, die auf einen Online-Fragebogen verlinkte. Durch einen Klick auf diesen Teaser gelangten die Teilnehmer auf den Fragebogen, der ihnen kurz in allgemeiner Form das Anliegen der Studie erläuterte und dann den Stimulus präsentierte.

148 Teilnehmer haben den Fragebogen vollständig beantwortet. Das Durchschnittsalter lag bei 37,8 Jahren ($SD = 15,4$). 84,4 Prozent der Teilnehmer waren keine Studierenden und das Sample bestand aus 51,4 Prozent Männern. 8,8 Prozent der Teilnehmer hatten höchstens einen obligatorischen Schulabschluss, 43,2 Prozent höchstens einen weiterführenden Abschluss oder eine Berufsausbildung, 24,3 Prozent Abitur und 23,6 Prozent einen Hochschulabschluss.

4.1.2 Stimulusmaterial

Als Stimuli dienten wiederum Nachrichtenbeiträge, die formal gleich gestaltet waren und den gleichen Anforderungen genügten wie in den Experimenten 1 bis 4. Thema der Beiträge war der geplante Bau einer Müllverbrennungsanlage in der Nähe eines Wohngebiets. *Nähe* wurde über den Ereignisort variiert: In den Artikelversionen mit (relativ) hoher *Nähe* spielte das Geschehen in Italien, in den anderen Versionen in Venezuela. *Schaden* wurde über die Qualität der Folgen des geplanten Baus variiert: In den Versionen mit niedrigem *Schaden* wurde berichtet, dass die Emissionen dieser Anlagen ungefährlich seien und dass es bei vergleichbaren Anlagen in der Vergangenheit keine negativen Folgeerscheinungen gab. In den Beitragsversionen mit hohem *Schaden* hingegen waren die Emissionen potenziell gesundheitsgefährdend und bei vergleichbaren Anlagen hatte es negative Begleiterscheinungen gegeben (erhöhte Krebsrisiken und Mortalitätsrate in der betroffenen Region).

4.1.3 Manipulationscheck

Der Manipulationscheck folgte derselben Logik wie in den Laborexperimenten, ebenso die Operationalisierung des wahrgenommenen *Schadens* ($\alpha = .87$), der wahrgenommenen *Nähe* ($\alpha = .84$), der Glaubwürdigkeit und der Verständlichkeit.

Die Manipulation des Nachrichtenfaktors *Schaden* beeinflusste den wahrgenommenen *Schaden* in intendierter Weise: Er war bei hoher Ausprägung des Nachrichtenfaktors größer ($M = 4.1$, $SD = .8$) als bei niedriger Ausprägung ($M = 2.4$, $SD = 1.0$), $F(1, 144) =$

141.0, $p < .01$. Weder die Manipulation des Nachrichtenfaktors *Nähe*, noch die Interaktion der beiden Nachrichtenfaktoren beeinflusste den wahrgenommenen *Schaden* signifikant.

Auch die Manipulation der wahrgenommenen *Nähe* war erfolgreich: Sie war vom Faktor *Nähe* wie intendiert beeinflusst ($M_{geringe\ Nähe} = 1.5$, $SD = .7$; $M_{hohe\ Nähe} = 3.7$, $SD = .8$; $F(1, 144) = 354.1$, $p < .01$), nicht jedoch von der Manipulation des *Schadens* oder der Interaktion der beiden Nachrichtenfaktoren.

Die Glaubwürdigkeits- und Verständlichkeitswerte lagen im Durchschnitt bei 3,8 und 4,1. Keine der Manipulationen (oder ihre Interaktion) beeinflusste die Glaubwürdigkeit oder Verständlichkeit der Artikel signifikant.

4.1.4 Abhängige Variable

Die Operationalisierung des Relevanzurteils erfolgte wie in den Laborexperimenten ($\alpha = .94$).

4.1.5 Moderator

Zur Messung von civic pride wurde das Instrument von Gastil/Xenos (2010) ins Deutsche übersetzt. Die Probanden wurden gebeten, auf einer fünfstufigen Skala ihre Zustimmung (1 stimme überhaupt nicht zu – 5 stimme sehr stark zu) zu drei Aussagen anzugeben (z. B. „Ich nehme meine Verantwortung als Bürger ernst.“). Die interne Konsistenz (Cronbach's alpha) lag bei .61, was vergleichbar ist mit der Konsistenz, die Gastil/Xenos (2010) für die englische Originalskala angeben (.65). Da eine explorative Faktorenanalyse zudem zeigte, dass die Messung unidimensional ist, haben wir uns für die Bildung eines Mittelwertindex entschieden und sind nicht auf die Operationalisierung von civic pride mit nur einem Item ausgewichen.

4.2 Ergebnisse und Diskussion

Eine ANOVA zeigte je einen signifikanten Haupteffekt von *Schaden* ($F(1, 144) = 6.66$, $p < .05$, part. $\eta^2 = .04$) und *Nähe* ($F(1, 144) = 5.99$, $p < .05$, part. $\eta^2 = .04$) auf die eingeschätzte Relevanz des Nachrichtenereignisses³. War das Ereignis mit hohem *Schaden* verbunden, beurteilten es die Rezipienten als relevanter ($M = 3.59$, $SD = 1.23$) als bei niedrigem *Schaden* ($M = 3.09$, $SD = 1.15$). Positiv war auch der Effekt von *Nähe*: Bei hoher *Nähe* wurde das Ereignis als relevanter eingeschätzt ($M = 3.58$, $SD = 1.00$) als bei niedriger *Nähe* ($M = 3.11$, $SD = 1.36$). Die Interaktion von *Schaden* und *Nähe* hatte keinen signifikanten Einfluss, $F(1, 144) = .03$, $p = .87$, part. $\eta^2 = .00$.

Bei simultaner Kontrolle von Alter, Geschlecht, Bildung und civic pride in einer Kovarianzanalyse zeigten sich substanziell die gleichen Ergebnisse. Darüber hinaus zeigte die Analyse einen signifikanten Effekt des Geschlechts ($F(1, 140) = 11.87$, $p < .01$, part. $\eta^2 = .08$; Frauen beurteilten das Ereignis als relevanter) und einen signifikant positiven Einfluss von civic pride, $F(1, 140) = 14.02$, $p < .01$, part. $\eta^2 = .09$.

Da alle Manipulationen gelungen waren, kann H3 zur Wirkung von *Schaden* auf Basis der Befunde angenommen werden. Auch der positive Effekt von *Nähe* (H2) konnte repliziert werden. Konsistent mit H5 haben wir keinen Interaktionseffekt der beiden Nachrichtenfaktoren gefunden.

3 Der Levene-Test dieser Analyse zeigte zwar Varianzheterogenität, die Haupteffekte von *Schaden* und *Nähe* konnten aber durch Mann-Whitney-U-Tests bestätigt werden.

Zur Beantwortung von FF1 zur Bedeutung der Internalisierung staatsbürgerlicher Normen wurde civic pride auf Basis eines Mediansplits dichotomisiert. Knapp die Hälfte (48,6 %) der Probanden hatten eine eher schwache Bindung an staatsbürgerliche Normen und erreichte auf dem Index maximal das Skalenmittel von 3, das als Trennwert für die Gruppenbildung fungierte.

In eine erneute Kovarianzanalyse wurde civic pride als Faktor einbezogen. Das Geschlecht wurde kontrolliert. Auch in dieser Analyse waren die Haupteffekte von *Schaden*, *Nähe* und civic pride sowie der Einfluss des Geschlechts signifikant, die Interaktion von *Schaden* und *Nähe* erneut nicht. Auch die Interaktion zwischen *Nähe* und civic pride war nicht signifikant. Für die Wirkung des Nachrichtenfaktors *Nähe* stellt civic pride also keine relevante Randbedingung dar. Eine signifikante Interaktion zwischen *Schaden* und civic pride ($F(1, 139) = 4.26, p < .05$, part. $\eta^2 = .04$) zeigt aber, dass der Effekt von *Schaden* auf das Relevanzurteil von civic pride abhing. Vergleichstests ergaben, dass *Schaden* nur bei hohem civic pride einen positiven Effekt hat: Nur wenn eine Person Bürgernormen internalisiert hat, wurde das Nachrichtenereignis bei hohem Schaden als relevanter bewertet ($M = 4.07, SE = .18$) als bei niedrigem Schaden ($M = 3.16, SE = .18$; $p < .01$). Bei nur schwacher Bindung an bürgerliche Normen wurde das Nachrichtenereignis unabhängig vom Schaden immer als gleich (ir-)relevant bewertet ($M_{Schaden\ niedrig} = 2.97, SE = .19$; $M_{Schaden\ hoch} = 3.13, SE = .18$; $p = .54$). Die Dreifachinteraktion zwischen civic pride, *Schaden* und *Nähe* war nicht signifikant.

5. Diskussion

Ausgehend von der aktuellen Diskussion um die Angemessenheit der Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren (Früh, 2010: 172, 209), den methodischen Charakteristika der bisherigen Forschung und dem aktuellen Forschungsstand war es das Ziel dieser Arbeit, den Einfluss ausgewählter Nachrichtenfaktoren auf individuelle Relevanzeinschätzungen experimentell zu prüfen.

Der Nachrichtenfaktor *Kontroverse* hatte wie erwartet einen positiven Effekt auf das Relevanzurteil. Dieser Effekt war bekannt aus verschiedenen Aggregatdatenanalysen (Fretwurst, 2008; Ruhrmann, 1989), konnte aber bisher auf Individualebene nicht nachgewiesen werden (Früh, 2010; Kepplinger & Ehmig, 2006).

Der Nachrichtenfaktor *Nähe* wurde in der nachrichtenwerttheoretisch geprägten Forschung zu Relevanzurteilen von Rezipienten bislang nicht berücksichtigt, es gab aber in anderen Studien (Knobloch et al., 2002; Kepplinger & Ehmig, 2006) Hinweise darauf, dass die *Nähe* eines Ereignisses dessen Einschätzung beeinflusst. Wir konnten zweimal, mit unterschiedlichen Stichproben und unterschiedlichen Themen, zeigen, dass sich dies auf Relevanzurteile generalisieren lässt: *Nähe* beeinflusst das Relevanzurteil positiv.

Der bisher hauptsächlich auf Aggregatebene gut bestätigte Effekt von *Schaden* (Fretwurst, 2008; Ruhrmann, 1989; Sande, 1971) konnte in einem ersten Experiment nicht repliziert werden, was aber vermutlich einer eher schwachen experimentellen Manipulation zugeschrieben werden kann. Nach erfolgreicher Manipulation im Onlineexperiment konnte ein positiver Einfluss nachgewiesen werden.

Wie bereits Früh (2010) und tendenziell auch Kepplinger & Ehmig (2006) konnten wir einen Effekt von *Reichweite* auf Individualebene nicht nachweisen. Dem gegenüber steht ein mehrfach replizierter Effekt von *Reichweite* auf aggregierte Relevanzurteile (Schulz, 1977 zit. nach Eilders, 1997: 61; Ruhrmann, 1989). Eilders begründet den Relevanzindikator damit, dass bei steigender *Reichweite* die Wahrscheinlichkeit zunimmt, dass größere Teile des Publikums tatsächlich von einem Nachrichtenereignis betroffen sind (Eilders, 1997: 99). In Feldstudien könnte das dazu führen, dass von einem Ereignis

mit hoher *Reichweite* tatsächlich ein größerer Prozentsatz der Personenstichprobe selbst betroffen ist und es deshalb als wichtiger beurteilt. Entsprechend ist bei Aggregation der Relevanzurteile eine höhere mittlere Relevanzbewertung zu erwarten. Allerdings ist dafür nicht das abstrakte Wissen oder die Norm, dass reichweitenstarke Ereignisse wichtig sind, verantwortlich, sondern die tatsächlich größere direkte Betroffenheit in der Personenstichprobe. Setzt man dann in der Analyse die Reichweite eines Nachrichtenergebnisses in Beziehung zur mittleren Relevanzbewertung, zeigt sich ein positiver Zusammenhang – ohne dass Reichweite zwangsläufig eine Kategorie in einem Relevanzschema auf Individualebene ist. Allein auf Basis der Aggregatdatenanalysen *Reichweite* als Relevanzindikator zu betrachten, wäre also ein ökologischer Fehlschluss. Einschränkend muss aber beachtet werden, dass sich in unserer Stichprobe sehr wohl ein positiver Effekt der *Reichweite* zeigte, der sich aber nicht inferenzstatistisch absichern ließ. Das kann auch Resultat der Stichprobengröße sein, da wir für die zweite Experimentalserie nur wenige Teilnehmer rekrutieren konnten. In einer erneuten experimentellen Prüfung des Effekts von *Reichweite* sehen wir deshalb eine zentrale Aufgabe künftiger Forschung.

Obwohl die Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge, 1965) Hypothesen zum Zusammenspiel der Nachrichtenfaktoren vorschlägt, wurden diese in der bisherigen Forschung zu Relevanzurteilen nicht geprüft. Wir gingen einen ersten Schritt in diese Richtung mit einer exemplarischen Analyse des kombinierten Einflusses von *Schaden* und *Nähe*. Wie vorhergesagt wirken sie unabhängig und additiv auf das Relevanzurteil. Dieser Befund impliziert, dass aus Rezipientensicht geringe Relevanz aufgrund fehlender *Nähe* durch höheren *Schaden* gleichwertig ausgeglichen werden kann.

Auch Randbedingungen des Effekts von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile wurden in der bisherigen Forschung nicht untersucht. Eilders' (1997) Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren legt besonders einen potenziellen Moderator nahe: Wenn das Relevanzschema teilweise in Verbindung mit Bürgernormen im Zuge der Sozialisation erworben wird (ebd.: 95-96, 120), könnte der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile vom Grad der Internalisierung dieser Normen abhängen. Wir fanden Evidenz für diese Vermutung für den Nachrichtenfaktor *Schaden*: Nur bei individuell stark ausgeprägtem civic pride führten die mit einem Nachrichtenergebnis verbundenen negativen Konsequenzen zu einer Einschätzung des Ereignisses als besonders relevant. Damit passt dieser Befund auch zur Vermutung Galtungs & Ruges (1965), dass der von ihnen sog. *Negativismus* zu den kulturabhängigen, also sozial vermittelten Nachrichtenfaktoren gehört. Für den Effekt der *Nähe* hingegen war civic pride keine relevante Randbedingung. Die Schlussfolgerung ist, dass *Schaden* als Relevanzindikator stärker sozialisationsabhängig ist als *Nähe*. Das lässt sich spezifizieren, wenn man die unterschiedlichen Dimensionen eines Ereignisses bedenkt, auf die sich *Schaden* und *Nähe* beziehen: *Schaden* beschreibt die Qualität der *Konsequenzen* eines Ereignisses, und zwar Folgen für materielle, ideelle und existentielle Werte (Eilders, 1997: 308). Ereignisse, auf die der Nachrichtenfaktor *Schaden* zutrifft, haben also qua Definition einen Wertebezug. Und die Verletzung von Werten (wie bei Vorliegen von *Schaden*) wird nur als relevant erachtet, wenn man unabhängig von der eigenen Betroffenheit eine Verantwortung für gemeinschaftliche Werte empfindet (wie bei hohem civic pride). *Nähe* hingegen beschreibt eine Qualität des Ereignisortes und hat nicht zwangsläufig einen Wertebezug. Entsprechend kann *Nähe* auch unabhängig von der Intensität der eigenen Bindung an gemeinschaftliche Werte als Relevanzindikator wirken.

Diese Interpretation der Befunde steht unter dem Vorbehalt einer validen und präzisen Messung der Internalisierung gemeinschaftlicher Werte und Normen und des resultierenden bürgerlichen Verantwortungsbewusstseins durch civic pride. Eine umfassende Validierung des verwendeten Messinstruments (Gastil & Xenos, 2010) steht noch aus, und seine interne Konsistenz lässt eine mäßig präzise Messung vermuten. Künftige Forschung sollte sich um eine präzisere Messung bemühen, um zu belastbareren Aussagen zur Bedeutung des hier identifizierten Moderators zu gelangen. Unsere Befunde geben starken Anlass zu der Vermutung, dass dies ein lohnendes Unterfangen ist.

Das gewählte Forschungsdesign erlaubt intern validere Aussagen über den Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf Relevanzurteile, als dies bisher möglich war. Gleichzeitig werfen Experimentaldesigns immer Fragen nach der Generalisierbarkeit auf. Zuverlässige Antworten auf diese Fragen kann nur fortgesetzte Forschung geben. Eine Beschränkung unserer Untersuchung ist, dass wir ausschließlich mit Auslandsnachrichten gearbeitet haben. Künftige Forschung sollte klären, ob und ggf. unter welchen Bedingungen sich unsere Befunde auf Inlandsnachrichten generalisieren lassen. Weiterhin hat uns das Konstanthalten des Themas in den Experimenten zwar erlaubt, intern valide Aussagen über den Einfluss von Nachrichtenfaktoren zu machen, gleichzeitig könnte das Thema aber auch eine relevante Randbedingung der Effekte sein. Hinweise darauf gibt es (Früh, 2010), eine experimentelle Prüfung möglicher Wechselwirkungen von Themen und Nachrichtenfaktoren steht aber noch aus. Durch künftige Forschung zu beantworten wäre auch die Frage, ob alle Nachrichtenfaktoren einen unabhängig-additiven Effekt auf das Relevanzurteil haben oder ob das nur für bestimmte Faktorkombinationen oder unter bestimmten Randbedingungen zutrifft.

Trotz dieser Einschränkungen stellen unsere Befunde starke Evidenz dafür dar, dass die untersuchten Nachrichtenfaktoren Relevanzurteile von Individuen systematisch beeinflussen, also tatsächlich Relevanzindikatoren sind. Die zentrale Implikation für die Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge, 1965) und die aktuelle Diskussion (Früh, 2010) ist, dass man empirisch besser begründet an der Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren (Eilders, 1997) festhalten kann. Die Annahme eines durch Nachrichtenfaktoren beschreibbaren Relevanzschemas (Eilders, 1997) liefert also durchaus eine belastbare und bewährte Erklärung dafür, dass Nachrichtenfaktoren Selektivität in der Nachrichtendiffusion über die verschiedenen Selektionsstufen hinweg systematisch beeinflussen.

Eine praktische Implikation erschließt sich, wenn man bedenkt, dass Nachrichtenfaktoren nicht zwangsläufig ereignisimmanent sind (Schulz, 1976), sondern von Journalisten auch akzentuiert und Nachrichtenereignissen zugeschrieben werden können (Staab, 1990). Unsere Befunde implizieren, dass sich durch den instrumentellen Einsatz von Nachrichtenfaktoren die wahrgenommene Bedeutsamkeit von Nachrichtenereignissen gezielt beeinflussen lässt. Bedenkt man weiter, dass Relevanzwahrnehmungen bei der Nachrichtennutzung auch Handlungsbereitschaften generieren (Früh, 2010: 200), scheint fortgesetzte Forschung und die Beantwortung der aufgeworfenen Fragen umso relevanter.

Literatur

- Brosius, H.-B. (1995). *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption: Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Cippitelli, C., & Schwanebeck, A. (Hg.). (2003). *Nur Krisen, Kriege, Katastrophen? Auslandsberichterstattung im deutschen Fernsehen*. München: Fischer.

- Donsbach, W. (1991). *Medienwirkung trotz Selektion: Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten*. Köln: Böhlau.
- Eilders, C. (1997). *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eilders, C. (2006). News factors and news decisions. Theoretical and methodological advances in Germany. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 31(1), 5-24.
- Eilders, C., & Wirth, W. (1999). Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. *Publizistik*, 44(1), 35-57.
- Engelmann, I. (2010). Journalistische Instrumentalisierung von Nachrichtenfaktoren: Einflüsse journalistischer Einstellungen auf simulierte Issue-, Quellen- und Statement-Entscheidungen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 58(4), 525-543.
- Engelmann, I. (2012). Nachrichtenfaktoren und organisationspezifische Nachrichtenselektion: Eine Erweiterung der Nachrichtenwerttheorie um die Meso-Ebene journalistischer Organisationen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(1), 41-63.
- Fretwurst, B. (2008). *Nachrichten im Interesse der Zuschauer: Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie*. Konstanz: UVK.
- Früh, H. (2010). *Emotionalisierung durch Nachrichten: Emotionen und Informationsverarbeitung in der Nachrichtenrezeption*. Baden-Baden: Nomos.
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-91.
- Gastil, J., & Xenos, M. (2010). Of attitudes and engagement: Clarifying the reciprocal relationship between civic attitudes and political participation. *Journal of Communication*, 60(2), 318-343.
- Johnson, B. T., & Eagly, A. H. (1989). Effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 106(2), 290-314.
- Kepplinger, H. M. (1998). Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In C. Holtz-Bacha, H. Scherer, & N. Waldmann (Hg.), *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben* (S. 19-38). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, H. M., & Ehlig, S. C. (2006). Predicting news decisions. An empirical test of the two-component theory of news selection. *Communications*, 31, 25-43.
- Knobloch, S., Zillmann, D., Gibson, R., & Karrh, J. A. (2002). Effects of salient news items on information acquisition and issue perception. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 14(1), 14-22.
- Maier, M., Stengel, K., & Marschall, J. (2010). *Nachrichtenwerttheorie*. Baden-Baden: Nomos.
- Matthes, J. (2004). Die Schema-Theorie in der Medienwirkungsforschung: Ein unscharfer Blick in die „Black-Box“? *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52(4), 545-568.
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge: Polity Press.
- Merten, K. (1985). Re-Rekonstruktion von Wirklichkeit durch Zuschauer von Fernsehnachrichten. *Media Perspektiven*, (10), 753-763.
- Pape, T. von, Quandt, T., Scharkow, M., & Vogelgesang, J. (2012). Nachrichtengeographie des Zuschauerinteresses. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(1), 159-182.
- Ruhrmann, G. (1989). *Rezipient und Nachricht: Struktur und Prozess der Nachrichtenrekonstruktion*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ruhrmann, G., Woelke, J., Maier, M., & Diehlmann, N. (2003). *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen: Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen: Leske und Budrich.
- Sande, O. (1971). The perception of foreign news. *Journal of Peace Research*, 8, 221-237.
- Scherer, H., Tiele, A., Haase, A., Hergenröder, S., & Schmid, H. (2006). So nah und doch so fern? Zur Rolle des Nachrichtenfaktors ‚Nähe‘ in der internationalen Tagespresse. *Publizistik*, 51(2), 201-224.
- Schnell, R., Hill, P., & Esser, E. (1999). *Methoden der empirischen Sozialforschung*. München u. a.: Oldenbourg.
- Schulz, W. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg: Alber.

- Schulz, W. (1977). *Nachrichtenstruktur und politische Informiertheit. Die Entwicklung politischer Vorstellungen der Bevölkerung unter dem Einfluss des Nachrichtenangebots*. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Mainz.
- Schulz, W. (1982). News structure and people's awareness of political events. *International Communication Gazette*, 30(3), 139-153.
- Schütz, A. (1982). *Das Problem der Relevanz*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Shoemaker, P. J. (1996). Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function. *Journal of Communication*, 46(3), 32-47.
- Staab, J. F. (1990). *Nachrichtenwert-Theorie: Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg: Alber.
- Uhlemann, I. A. (2012). *Der Nachrichtenwert im situativen Kontext: Eine Studie zur Auswahlwahrscheinlichkeit von Nachrichten*. Wiesbaden: VS.
- van Dijk, T. A. (1979). Relevance Assignment in Discourse Comprehension. *Discourse Processes*, 2(2), 113-126.
- Weber, P. (2010). No News from the East? Predicting Patterns of Coverage of Eastern Europe in Selected German Newspapers. *International Communication Gazette*, 72(6), 465-485.
- Weber, P. (2011). Determinanten von Skandalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung: Eine empirische Analyse. In C. Petersen & K. Bulkow (Hg.), *Skandal! Mechanismen öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung* (S. 105-127). Wiesbaden: VS Verlag.
- Weber, P. (2012). Nachrichtenfaktoren & User Generated Content: Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(2), 218-239.
- Wirth, W. (1997). *Von der Information zum Wissen: Die Rolle der Rezeption für die Entstehung von Wissensunterschieden*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wirth, W. (2006). Involvement. In J. Bryant & P. Vorderer (Hg.), *Psychology of entertainment* (S. 199-213). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Nachrichtenfaktoren & User Generated Content

Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites

Patrick Weber

Wie lässt sich das Ausmaß an Nutzerkommentaren pro Beitrag auf einer Nachrichtenwebsite erklären? Weil sich Kommentierungen massenmedial vorselektierter Themen momentan als dominante Form medialer Partizipation erweisen, fokussiert der Beitrag theoretisch und empirisch auf den Einfluss inhaltlicher Merkmale des journalistischen Angebots (Nachrichtenfaktoren) auf das Ausmaß an Nutzerkommentaren und die Bedeutung medialer Rahmenbedingungen für die Nutzerbeteiligung. Basierend auf einer Online-Inhaltsanalyse der politischen Berichterstattung auf drei Nachrichtenwebsites wird gezeigt, dass den strukturellen Rahmenbedingungen zentrale Bedeutung für die Beteiligung der Nutzer am massenmedial getragenen politischen Diskurs im Internet zukommt. Von den Nachrichtenfaktoren erweist sich lediglich „Schaden“ als konsistenter Einflussfaktor in der In- und Auslandsberichterstattung. Weitere Nachrichtenfaktoren beeinflussen hauptsächlich in der nationalen Berichterstattung das Ausmaß, in dem Nutzer als Kommentatoren eine aktive Sprecherrolle in der massenmedial hergestellten Online-Öffentlichkeit einnehmen. Insgesamt sprechen die Befunde dafür, dass sich das nachrichtenwerttheoretisch fundierte Vermittlungsmodell von Galtung/Ruge um den Aspekt selektiver medialer Partizipation erweitern lässt.

Schlagwörter: Nachrichtenfaktoren, User Generated Content, Kommentare, partizipativer Journalismus, talk back, Nachrichtenwerttheorie, Nutzerkommentare, mediale Partizipation

1. Hintergrund

Bereits seit der Frühphase des Internets werden die potentiellen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Konsequenzen dieser Informations- und Kommunikationstechnologie vielseitig diskutiert (vgl. z. B. Hagen 1999). Insbesondere die Frage, ob mit internetbasierten Anwendungen auch Chancen für eine intensivere politische Beteiligung der Bürger allgemein und eine umfassendere Teilhabe am politischen Diskurs im Speziellen verbunden sind, stößt in der Kommunikationswissenschaft auf anhaltendes Interesse (siehe u. a. Bräuer, Seifert & Wolling 2008: 188ff.).

Das empirische Fundament für diese Diskussionen liefern u. a. Studien, die die Bedeutung des Internets für die politische Kommunikation und Partizipation der Bürger untersuchen. Eine umfangreiche Untersuchung für Deutschland (Emmer, Vowe & Wolling 2010) zeigt, dass das Verfassen von Online-Leserbriefen eine der häufigsten Formen politischer Partizipationskommunikation ist (Emmer & Wolling 2010: 46, Tab. 2). Die Teilnahme auf der Ebene von Hinweisen und Ergänzungen zu Beitragselementen der professionellen Berichterstattung ist damit eine der wichtigsten Arten medialer Partizipation, die „außerhalb des klassischen politischen Prozesses [...] eine Form des zwanglosen Diskurses ermöglicht“ (Engesser 2010: 152). Hinsichtlich des Angebots an Gelegenheitsstrukturen für mediale Partizipation in Online-Medien zeigt eine internationale vergleichende Studie (Domingo et al. 2008), dass Kommentar- und Debattierfunktionen

eine der am häufigsten angebotenen Optionen medialer Partizipation bei Online-Zeitungen sind.

Beitragsbezogene Kommentarfunktionen in massenmedialen Online-Angeboten erscheinen deshalb zentral für die tatsächliche Mobilisierung des mit dem Web 2.0 verbundenen Partizipationspotenzials (Emmer & Wolling 2010: 46)¹. Dieses Mobilisierungspotenzial erschöpft sich aber nicht in medialer Partizipation: Wiederholt zeigten Studien zur Wirkung von Online-Kommunikation, dass die Beteiligung an Online-Diskussionen zu politischen Themen positiv mit substanzielleren Formen politischer Partizipation assoziiert ist (u. a. Boulianne 2009: 199f.). Es stellt sich die Frage, welche Beiträge im Kontext der Online-Nachrichtennutzung dieses Mobilisierungspotenzial haben.

Auch unter einer öffentlichkeitstheoretischen Perspektive sind Kommentierungen interessant, weil dadurch Prozesse der Informationssammlung (input), -verarbeitung (throughput) und -vermittlung (output) im Kommunikationssystem der massenmedialen Öffentlichkeit (Gerhards & Neidhardt 1991: 54ff.) für die aktive Teilnahme des Publikums geöffnet werden. Damit erscheinen diskurstheoretisch fundierte Ansprüche (z. B. Peters 1994) an öffentliche Kommunikation besser erfüllbar. Eine der grundlegendsten Fragen in dieser Perspektive ist, ob und unter welchen Bedingungen Nutzer überhaupt eine aktive Sprecherrolle in der Öffentlichkeit einnehmen und anhand welcher Kriterien sich entscheidet, zu welchen massenmedial vorselektierten Themen sich das Publikum öffentlich äußert (Neuberger 2008: 27).

Aus partizipations- wie öffentlichkeitstheoretischer Perspektive ergibt sich also die allgemeine Fragestellung, wie man das Ausmaß an Nutzerkommentaren pro Beitrag auf einer Nachrichtenwebsite erklären kann. Vor dem skizzierten Problemhintergrund liegt hier der Schwerpunkt auf potenziellen Einflüssen, die vom journalistischen Angebot ausgehen, ohne jedoch andere Erklärungsfaktoren auszublenden. Um die Frage zu beantworten, werden Nutzerkommentare im Folgenden zunächst als User Generated Content (UGC) charakterisiert und darauf aufbauend Modelle der UGC-Produktion sowie der Forschungsstand zu Determinanten des Kommentierungsverhaltens vorgestellt.

2. Nutzerkommentare als User Generated Content

2.1 Modelle der UGC-Produktion

Als User Generated Content werden häufig sämtliche von Nutzern generierten Online-Inhalte bezeichnet. Während es für Internetnutzer eine Fülle von Möglichkeiten gibt, Inhalte für andere Nutzer bereitzustellen (z. B. auf einer eigenen Website, einem Blog oder auf Social Networking Sites), erfüllt nur ein Teil dieser Inhalte die Kriterien, die in den seltenen Versuchen einer Definition des Konstrukts zugrunde gelegt werden. Nach Stoeckl et al. (2007: 399) ist ein zentrales Definitionskriterium, dass nutzergenerierte Inhalte *massenmediale* Inhalte sind. Legt man gängige Definitionen von Massenkommunikation zugrunde (z. B. Maletzke 1963: 63) wird deutlich, dass nicht sämtliche von Internetnutzern erstellten Inhalte diesen Kriterien gerecht werden. Beispielsweise schließt das Kriterium der öffentlichen Zugänglichkeit viele Inhalte auf Social Networking Sites aus. Vor dem eingangs skizzierten Hintergrund eignet sich insbesondere die Definition von Schweiger und Quiring (2006) zur Abgrenzung des Gegenstandsbe-

¹ Überdies unterstreicht es die „anhaltende Relevanz der Massenmedien“ (Jarren 2008) für die politische Öffentlichkeit nicht nur jenseits, sondern auch innerhalb der Online-Kommunikation.

reichs: UGC ist von Nutzern erstellter Website-Content „auf professionellen Websites, die von kommerziellen Anbietern redaktionell betreut und verwaltet werden.“ (Schweiger & Quiring 2006: 97) Auch in diesem engeren Verständnis kann UGC noch vielfältige Erscheinungsformen annehmen. Vor dem erläuterten Problemhintergrund liegt das Interesse hier auf einer spezifischen Form, den Nutzerkommentaren. Selbige können als eine Art von Anschlusskommunikation (Sommer 2010: 26) in Gestalt „interpersonal-öffentlicher Kommunikation“ (Haas & Brosius 2011: 106f.) aufgefasst werden. Auch hier gilt, dass sich Anschlusskommunikation und interpersonal-öffentliche Kommunikation online verschieden manifestieren – nur ein Teil davon ist aber UGC im Sinne der hier zugrunde gelegten Definition².

Der Prozess der UGC-Produktion wird von Schweiger und Quiring (2006) modellhaft durch Relationen zwischen drei Elementen repräsentiert: Erstens die *Anbieter* massenmedialer Websites mit UGC. Im Falle von Online-Zeitungen sind dies Medienunternehmen, deren Redaktionen auf Nachrichtenwebsites journalistische Inhalte (Basis-Content) anbieten und die durch bestimmte Prozeduren entscheiden, wie und in welcher Form die von den Nutzern bereitgestellten Inhalte zu öffentlichem Content werden (Transformationsregeln). Zweitens die *Nutzer* dieser Websites, die Informationen als Input für das System produzieren. Je nach Bewusstheit, Intentionalität und Art des Inputs spielen unterschiedliche Motive und Gratifikationen auf Seiten der Nutzer für die Bereitstellung eine Rolle. Zentrale Modellkomponente sind drittens die *Transformationsregeln*. Darunter werden sämtliche Regeln der Selektion, Bearbeitung und Darstellung der Inputs verstanden, durch die auch der Nutzer-Content zu öffentlichem Content wird. Auf Basis des Modells ergibt sich hier die Frage nach Motiven und Gratifikationen des Kommentierens und ob und wie stark unterschiedliche Transformationsregeln das Ausmaß an Nutzerkommentaren beeinflussen.

Die Systematisierung des Forschungsstandes erfolgt auf Basis des Modells von Engesser (2010: 155f.), der die Bestimmungsfaktoren medialer Partizipation auf drei Ebenen verortet: Mikro- bzw. Individualebene, Makroebene (politisches System und Kultur) und Mesoebene (Medienorganisation). Eine weitere Gruppe potenzieller Determinanten ergibt sich durch die Überlegung, dass auf einzelnen Ebenen medialer Partizipation (Engesser 2008) spezifische Einflussfaktoren zum Tragen kommen. Kommentierungen stellen Partizipation auf der Ebene einzelner Beiträge massenmedialer Angebote dar, weshalb weiterhin inhaltliche Determinanten berücksichtigt werden.

2.2 Mesoebene: Transformationsregeln und Restriktionen

Kommentierungs- und Diskussionsfunktionen sind die am häufigsten angebotene Gelegenheitsstruktur medialer Partizipation in Online-Zeitungen; die Studie von Domingo et al. (2008: 336ff.) zeigt aber auch, dass sich Nachrichtenwebsites deutlich darin unterscheiden, wie restriktiv sie die Nutzung dieser Funktionen gestalten: In einigen Online-Zeitungen können Nutzer bedingungslos kommentieren, in anderen hingegen sind die

2 Angemerkt sei, dass die hier gewählte Definition UGC *nicht* auf nutzergenerierte Inhalte in professionellen Online-Nachrichtenangeboten oder lediglich journalistischen Internetangeboten begrenzt. Beispielsweise werden auch nutzergenerierte Inhalte in Online-Shops wie *Amazon* den im Folgenden ausführlicher erläuterten Kriterien gerecht. Überdies fasst die hier zu Grunde gelegte Definition nicht alle möglichen Formen der Beteiligung von Internetnutzern an der Internetöffentlichkeit unter den Begriff UGC. In einem weiten Begriffsverständnis wird UGC aber mitunter auch synonym für alle entsprechenden Formen medialer Partizipation verwendet (s. a. Bauer 2011: 7-28 für eine ausführlichere Begriffsdiskussion).

Hürden dafür sehr hoch, z. B. durch die Notwendigkeit einer persönlichen Registrierung oder durch redaktionelle Kontrolle der verfassten Kommentare. Wichtig ist hier deshalb die Frage, welche Aspekte der Implementierung dieser Regeln der Beteiligung am massenmedial getragenen Diskurs im Wege stehen. Für die Partizipation auf der Ebene von Beitragsselementen werden technische Barrieren, rechtliche Barrieren (z. B. Unklarheit über juristische Verantwortung), inhaltliche Barrieren sowie redaktionelle Barrieren (z. B. mögliche Kontrolle der Beiträge) von Nutzern als hinderlich wahrgenommen (Engesser 2010: 159ff.). Die Frage nach dem tatsächlichen Einfluss dieser Nutzerwahrnehmungen auf UGC wurde an die künftige Forschung delegiert (Engesser 2010: 164) und wird hier aufgegriffen.

Einerseits wird angenommen, dass auf der Individualebene das Kommentierungsverhalten deutlich auf Restriktionen reagiert, weil mit sinkender Offenheit des Systems die wahrgenommenen Kosten der Partizipation steigen. Andererseits besteht die Möglichkeit, dass auf Nachrichtenwebsites mit stark begrenzten Partizipationsmöglichkeiten UGC durch die Anbieter weniger vorteilhaft bewertet wird oder höheren Qualitätsanforderungen unterliegt. Dadurch werden insgesamt weniger der von Nutzern bereitgestellten Inhalte tatsächlich zu öffentlichem Content.

- Im Ergebnis sind desto weniger Nutzerkommentare pro Beitrag zu erwarten, je restriktiver die Transformationsregeln sind (H1).

2.3 Mikroebene: Nutzervariablen

Einer schwedischen Befragungsstudie zum Kommentierungsverhalten (Bergström 2008) zufolge sind Kommentatoren eher die jüngeren und höher gebildeten Internetnutzer, die Nachrichten vergleichsweise häufig online nutzen. Erste qualitative Nutzerbefragungen (Diakopoulos & Naaman 2011, Springer 2011) zeigen, dass Nutzer eine Vielzahl an Motiven für das Verfassen von Kommentaren angeben und die Kommentarfunktion auch zur Medienkritik und Beobachtung des Meinungsklimas nutzen. Informationsmotive (z. B. Fragen stellen oder Fragen anderer Nutzer beantworten, den berichteten Sachverhalt durch persönliche Erfahrungen illustrieren) und Identitätsmotive (Ausdruck von Meinungen und Emotionen) scheinen die dominanten Motivationen des Kommentierens zu sein.

Wie ist es aber zu erklären, dass auf einige Beiträge hunderte Kommentare entfallen, während andere unkommentiert bleiben? Es erscheint plausibel, dass bestimmte inhaltliche Merkmale von Beiträgen zur Varianz in der Kommentaranzahl pro Artikel beitragen.

2.4 Beitragsebene: Inhaltsvariablen

Basierend auf Daten von sieben niederländischen Nachrichtenwebsites fanden Tsagkias et al. (2009), dass sich die Kommentaranzahl durch Text- und semantische Merkmale besser vorhersagen lässt als durch formale Beitragsmerkmale, wie etwa den Publikationszeitpunkt oder die Länge eines Beitrags. Bei den untersuchten Inhaltsmerkmalen handelt es sich um die seitenspezifischen Begriffe für bestimmte Entitäten (z. B. Personen oder Orte), die durch eine rein technische Begriffsanalyse ermittelt wurden. Da dieses Vorgehen nicht theoretisch fundiert wurde, liefert die Studie keine Erklärung dafür, warum diese Inhaltsmerkmale die Kommentaranzahl beeinflussen. Fortgesetzte Forschung sollte mit einer stärkeren theoretischen Fundierung arbeiten. Weiterhin lässt die enge Konzeptualisierung semantischer Merkmale Raum für die Identifikation komple-

xerer inhaltlicher Nachrichtenmerkmale, die die Autoren von künftiger Forschung fordern (Tsagkias et al. 2009: 1768). Beide Anregungen werden im Folgenden aufgegriffen.

3. Nachrichtenfaktoren und Nutzerkommentare

Als theoretische Basis für die Ableitung von Inhaltsmerkmalen wird hier die Nachrichtentwerttheorie in der Formulierung von Galtung und Ruge (1965) und die Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als Relevanzindikatoren von Eilders (1997) gewählt. Die Theorieentwicklung und der Forschungsstand sind sehr gut dokumentiert (Eilders 1997; Fretwurst 2008; Maier, Stengel & Marschall 2010), so dass hier die Konzentration auf die Adaption auf den Gegenstandsbereich genügt.

Basierend auf einer Übertragung wahrnehmungspsychologischer Prinzipien der Signalerkennung auf die Verarbeitung von Ereignissen im Nachrichtensystem leiteten Galtung und Ruge (1965) eine Reihe von Ereignismerkmalen ab, die es wahrscheinlicher für ein Ereignis machen, zur Nachricht zu werden. Darüber hinaus wird angenommen, dass diese Merkmale (Nachrichtenfaktoren) die Vermittlung im gesamten Nachrichtensystem beeinflussen – also sowohl als journalistische Selektionskriterien fungieren als auch als Selektionskriterien des Publikums, die am Ende des von Galtung und Ruge skizzierten Vermittlungsmodells die individuellen Vorstellungsbilder der Rezipienten prägen. Angesichts neuer Möglichkeiten der aktiven Nachrichtennutzung ist zu prüfen, ob sich das Vermittlungsmodell auch auf selektive mediale Partizipation ausweiten lässt.

Studien zum Zusammenhang zwischen Nachrichtenfaktoren und medialer Partizipation sind momentan noch rar. Erste Eindrücke vermittelt eine Studie von Eilders et al. (2010: 76), in der u. a. die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren in Blogs im Vergleich zu redaktionellen Print- und Online-Zeitungen untersucht wurde. Ein zentraler Befund ist, dass die Nachrichtenfaktoren *Nutzen*, *Faktizität*, *Einfluss*, *Prominenz* und *Konflikt* in der Berichterstattung der Blogger weniger intensiv ausgeprägt sind als im professionellen Journalismus. Dies illustriert einerseits, dass sich die medialen Realitätskonstruktionen journalistischer und nicht-journalistischer Kommunikatoren unterscheiden, und deutet andererseits darauf hin, dass Nachrichtenfaktoren selektive Partizipation anders beeinflussen als journalistische Selektion.

Eine Antwort auf die Frage, warum Nachrichtenfaktoren über verschiedene Instanzen des Vermittlungssystems hinweg Selektivität steuern, gibt Eilders mit der Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektive Relevanzindikatoren (Eilders 1997). Demnach sind Nachrichtenfaktoren Merkmale von Nachrichtenereignissen, die Menschen kollektiv übereinstimmend veranlassen, diesen Relevanz zuzuweisen, weil sie in systematischer Beziehung zu grundlegenden Informationsverarbeitungsprozessen (besonders Aufmerksamkeitsallokation und Wissensaktivierung) stehen. Dies wiederum lässt sich evolutionstheoretisch, allgemein-psychologisch und sozialisationstheoretisch begründen (siehe dazu Eilders 1997: 85ff.).

Die Verknüpfung von Nachrichtenfaktoren und Nutzerkommentaren erfolgt hier auf Basis von zwei Annahmen: 1) Es ist eine Voraussetzung des Kommentierens, dass ein Sachverhalt von den Nutzern als relevant erachtet wird, diese also zu einem gewissen Grad involviert. Erst die individuelle Wahrnehmung von Relevanz sollte zu einer gesteigerten Bereitschaft führen, sich durch einen Kommentar zu äußern. Die Annahme wird gestützt durch Befunde, wonach persönliches Involvement mit einem Gegenstand (Politik allgemein oder auch einem spezifischen Issue) die öffentliche Redebereitschaft erhöht (u. a. Shamir 1997). Da Nachrichtenfaktoren *kollektive* Relevanzindikatoren sind (also Menschen jenseits individueller Interessen anhand dieser Kriterien einem Sachverhalt übereinstimmend Bedeutsamkeit zuschreiben), sollten sie die Redebereitschaft grö-

ßerer Teile der Nutzerschaft erhöhen und dadurch zu höheren Kommentaranzahlen beitragen. 2) Einige der Informationsverarbeitungsprozesse, zu denen Nachrichtenfaktoren in systematischer Beziehung stehen, sind auch für das Kommentierungsverhalten relevant. Dazu zählt die Aktivierung von Kognitionen während der Rezeption, besonders von Vorwissen, aber auch von bestimmten Überzeugungen. Gestützt wird diese Annahme durch Studien, die zeigen, dass das Wissen zu einem Sachverhalt, u. a. aus der vergangenen Mediennutzung, die öffentliche Redebereitschaft steigert (u. a. Shamir 1997). Da einige Nachrichtenfaktoren in systematischer Beziehung zur Wahrscheinlichkeit von Vorwissen und vergangener medialer Berichterstattung stehen, sollten sie die Äußerungsbereitschaft und dadurch die Kommentaranzahl beeinflussen.

Auf Basis dieser Annahmen werden im nächsten Schritt die vermuteten Zusammenhänge zwischen den einzelnen Nachrichtenfaktoren und der Kommentaranzahl spezifiziert (zu den im Folgenden skizzierten Begründungen der Nachrichtenfaktoren siehe ausführlich Eilders 1997: 98ff.).

Der Nachrichtenfaktor *Schaden* beschreibt die Qualität individueller oder kollektiver Folgen eines Ereignisses. Einerseits sollte er die wahrgenommene Bedeutsamkeit eines Ereignisses erhöhen, weil Schaden evolutionär bedingt automatisch Relevanz beigemessen wird. Hat ein Ereignis Folgen auf kollektiver Ebene, ist es andererseits wahrscheinlicher, dass ein einzelnes Individuum selbst davon betroffen ist – entweder direkt oder indirekt als Mitglied einer Gesellschaft, dessen Normen und Werte es im Laufe der Sozialisation internalisiert hat. Aus den gleichen Gründen fungiert der Nachrichtenfaktor *Kontroverse* als Relevanzindikator.

- Vor dem Hintergrund der getroffenen Annahmen wird deshalb vermutet, dass höherer Schaden zu einer höheren Kommentaranzahl führt (H2), ebenso wie höherer Konflikt (H3).

Die Erklärung von Relevanzzuweisung durch die indirekte Betroffenheit eines Individuums als Gesellschaftsmitglied verweist auf die Annahme, dass Menschen die Relevanz eines Ereignisses auch vor dem Hintergrund ihrer sozialen Identität bewerten. Damit wird auch die Indikatorfunktion der Faktoren *Status* und *Nähe*, *Ethnozentrismus*, *Reichweite*, *Einfluss* und *Erfolg* begründet. Bei starker Ausprägung dieser Faktoren erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass ein Ereignis direkte oder indirekte Folgen für das Individuum hat.

- Basierend auf den getroffenen Annahmen wird vermutet, dass die Kommentaranzahl desto höher ist, je stärker der Bezug zur nationalen Eigengruppe (H4), je höher der Status (H5), die Nähe (H6), die Reichweite (H7), der Einfluss (H8) und der Erfolg (H9) ist.
- Da sich in nachrichtenwerttheoretisch fundierten Studien zur Auslandsberichterstattung vermehrt Interaktionen zwischen Ländermerkmalen als erklärungsrelevant erweisen (u. a. Weber 2010), soll für die Auslandsberichterstattung geprüft werden, wie sich Interaktionen zwischen den Nachrichtenfaktoren *Status* und *Nähe* auf das Kommentarvolumen auswirken (FF1). Die Indikatorfunktion des Nachrichtenfaktors *Etablierung* wird damit erklärt, dass bei höherer Themenetablierung die Wahrscheinlichkeit von Vorwissen zum Ereigniskontext bei den Rezipienten höher ist.
- Da Kontextwissen Relevanzzuweisungen beeinflusst, mit öffentlicher Redebereitschaft korreliert (s. o.) und Voraussetzung dafür ist, dass die mit Kommentierungen assoziierten Informations- und Identitätsmotive (s. o.) angesprochen bzw. die entsprechenden Ziele erreicht werden können, sind bei höherer Themenetablierung mehr Kommentare pro Artikel zu erwarten (H10).

Einige Nachrichtenfaktoren lassen sich mit mehreren Mechanismen in Verbindung bringen. So wird für den Nachrichtenfaktor *Überraschung* (Erwartungswidrigkeit) davon ausgegangen, dass überraschenden Ereignissen evolutionär bedingt automatisch Relevanz beigemessen wird, was einen positiven Zusammenhang zwischen Nachrichtenfaktor und beobachtetem Verhalten nahelegt. Bezogen auf Kommentierungsverhalten ist aber auch ein negativer Zusammenhang denkbar: Bei unerwarteten Ereignissen ist vermutlich das Hintergrundwissen bei einer größeren Anzahl von Rezipienten zu gering, um zusätzliche Information geben oder einen Sachverhalt bewerten zu können, z. T. wegen des Fehlens vorhergehender Berichterstattung.

- Es ist entsprechend zu prüfen, ob bei größerer Überraschung eine geringere oder höhere Kommentaranzahl pro Beitrag zu erwarten ist (FF2).

Auch zum Nachrichtenfaktor *Faktizität* (Ereignishaftigkeit) ist keine eindeutige Vorhersage möglich. Einerseits lässt sich mit Eilders (1997: 104) argumentieren, dass Informationen darüber, was faktisch geschieht (im Gegensatz zu Situationsbeschreibungen und Analysen), eine höhere Eintrittswahrscheinlichkeit für das Individuum haben und somit relevanter sein sollten. Für das hier interessierende Kommentierungsverhalten ist es aber genauso plausibel, dass journalistische Erklärungen und Analysen hilfreich sind, um ein Urteil zu bilden und im Kommentar auszudrücken. Zusätzlich dürften sich Beiträge mit niedriger Faktizität, die also Interpretationen und Bewertungen enthalten, besser zum Abgleich mit eigenen bestehenden Einstellungen und Interpretationen anbieten. Entsprechend könnten Beiträge mit niedriger Faktizität Nutzer stärker involvieren, zumal die aus dem Abgleich ggf. resultierenden Dissonanzen eine zentrale Motivation zum Kommentieren sind (Springer 2011: 253).

- Es ist daher zu prüfen, ob bei hoher Faktizität eine geringere oder höhere Kommentaranzahl pro Beitrag zu erwarten ist (FF3).

Der vermutete Einfluss von Hintergrund- und Kontextwissen soll indirekt auch anhand des Nachrichtenfaktors *Frequenz* (einzig von Schulz 1976 aufgegriffen als *Dauer*) untersucht werden. Frequenz beschreibt „the time-span needed for the event to unfold itself and acquire meaning.“ (Galtung & Ruge 1965: 66) Es ist anzunehmen, dass Ereignisse mit einem klar bestimmbaran Anfang und Ende (also einer kurzen Dauer) bereits eine Bedeutung erlangt haben und dass Beiträge über solche Ereignisse insgesamt eine in sich abgeschlossene Bedeutung transportieren. Kontext- oder Hintergrundwissen ist weniger notwendig, um solche Ereignisse zu verstehen oder ihnen Bedeutung beimessen zu können.

- Entsprechend werden mehr Kommentare erwartet, wenn Anfang und Ende eines berichteten Ereignisses klar bestimmbar sind (H11).
- Schließlich sollen die Hypothesen geprüft werden, dass die Kommentaranzahl umso höher ist, je stärker ein Beitrag *personalisiert* ist (H12) und je *prominenter* die vorkommenden Personen sind (H13).

4. Methode

Die Forschungsfragen und Hypothesen wurden auf Basis einer Inhaltsanalyse der politischen Berichterstattung journalistischer Online-Angebote beantwortet bzw. geprüft.

4.1 Materialauswahl

Aufgrund enger forschungsökonomischer Rahmenbedingungen orientierte sich die Auswahl auf der Ebene der Angebote an forschungslogischen Erfordernissen und Relevanzabwägungen. Der Gegenstandsbereich wurde auf deutsche Angebote beschränkt.

Forschungslogisch ergaben sich zwei Anforderungen: 1) Die Angebote mussten über eine beitragsbezogene Kommentarfunktion verfügen. 2) Die ausgewählten Angebote mussten sich hinsichtlich der Restriktivität der Regulierung der Kommentarfunktion unterscheiden.

Für die weitere Eingrenzung kamen zwei Arten von Relevanzkriterien zum Tragen: die Reichweite der Angebote und die Bedeutung, die einzelne Angebotsformen in der Informationsnutzung der Bürger haben. Die Auswahlgrundlage lieferte das Angebots-ranking deutscher Online-Angebote, das in den Internet-Facts 2008 II veröffentlicht wurde (AGOF 2008). Realisierbar war eine Auswahl aus den 40 reichweitenstärksten Angeboten. Darunter befanden sich sowohl Ableger traditioneller Massenmedien als auch Nur-Internetangebote (z. B. Portale wie *msn.de*). Da auf letzteren Nachrichtenangebote eher beiläufig „mitgenommen“ werden (van Eimeren & Frees 2008), wurden entsprechend des zweiten Relevanzkriteriums nur journalistische Online-Angebote berücksichtigt, deren Nutzung primär von klassischen Informationsbedürfnissen motiviert ist. Dies sind Nachrichtenangebote etablierter Offline-Nachrichtenmarken (van Eimeren & Frees 2008: 338), speziell von Printangeboten (Köcher 2008). Die Reichweitenstärksten (*Spiegel Online* und *Bild.de*) mussten wegen fehlender artikelbezogener Kommentarfunktion ausgeschlossen werden. Es verblieben *Welt.de* (erzielte mit 3,72 Mio. Unique User 9,1 % Reichweite in einer durchschnittlichen Woche von April bis Juni 2008), *FOCUS online* (3,06 Mio. Unique User, 7,5 % Reichweite) und *sueddeutsche.de* (2,16 Mio. Unique User, 5,3 % Reichweite) im Mediensample.

Durch eine Analyse der auf den Websites publizierten allgemeinen Geschäftsbedingungen wurde ermittelt, wie stark Nutzerkommentare jeweils der Kontrolle durch die Anbieter unterliegen und ob eine Anmeldung und persönliche Identifikation zur Nutzung erforderlich ist. Auf dieser Grundlage wurde die Restriktivität der Transformationsregeln bestimmt (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Transformationsregeln der Angebote im Mediensample

Angebot	Anmeldung	Kontrolle	Transformationsregeln
Welt.de	nicht zwingend erforderlich	sofortige Veröffentlichung der Kommentare ohne Vorprüfung	wenig restriktiv
FOCUS online	nicht zwingend erforderlich	prinzipielle Prüfung vor Veröffentlichung durch Moderatoren	restriktiv
sueddeutsche.de	Registrierung als Nutzer und persönliche Identifikation erforderlich	kontinuierliche Prüfung durch Moderatoren und Administratoren, nicht prinzipiell vor Veröffentlichung	sehr restriktiv

Der Untersuchungszeitraum umfasst den Oktober und November des Jahres 2008. Zur Bestimmung der Zugriffszeitpunkte auf die Angebote wurde pro Monat eine künstliche Woche (Mo-So) gebildet und für jeden Zugriffstag per Zufall eine Zugriffsuhrzeit (zwischen 00:00 und 23:59 Uhr) bestimmt.

An jedem der so ermittelten 14 Zugriffszeitpunkte wurde mit Hilfe einer Software, die einen sog. Web-Crawler integriert, auf die Angebote zugegriffen und offline-Kopien der Inhalte erstellt. Die relevanten Merkmalsträger im vorliegenden Fall sind politische

Beiträge und deren Merkmale Nachrichtenfaktoren, Kommentaranzahl und ihr Beachtungsgrad. Die Beiträge sind auf einzelnen Pages der Website repräsentiert, ebenso ihre Merkmale Nachrichtenfaktoren und Kommentaranzahl. Indikatoren des Beachtungsgrades sind auf den Homepages und den Ressortstartseiten der Websites repräsentiert. Auswahlseinheiten sind deshalb Beitragsseiten im Politikressort, die Homepage und die Übersichtsseite(n) des Politikressorts (da die Analyse auf politische Berichterstattung begrenzt ist). Die Startadressen des Web-Crawlers waren: (1) Homepage der Website, (2) Startseite des Politikressorts. Umfangreiche Voranalysen hatten ergeben, dass alle Beiträge im Sinne aktueller Berichterstattung ausgehend von jeder dieser Seiten über eine Linkstufe erreichbar sind. Nach dem Download wurde eine elektronische Liste erstellt, die 3753 Seiten mit politischen Beiträgen enthält und als Auswahlgrundlage für die Codierung dient.

4.2 Variablenüberblick

Vier Gruppen von Variablen wurden erhoben: 1) Technische Variablen auf Seitenebene: Die *Website*, die *Seitenart* und der genaue *Publikationszeitpunkt* eines Beitrags. 2) Variablen, die erfassen, wie prominent ein Beitrag auf der Homepage (HP) und der Ressortstartseite (RSS) verlinkt war. Codiereinheit war der zu einem Beitrag gehörige Teaser³ auf diesen Seiten. Erfasst wurde, ob eine *Teaserplatzierung* existiert und wie prominent sie auf der Seite ist; Existenz und relative Größe der *Teaserillustration*, der *Teaserüberschrift* und des *Teasertexts*. 3) Nachrichtenfaktoren sollten auf Basis des Codebuchs von Eilders (1997: 298ff.) auf Beitragsebene erfasst werden. Die Erfassung der Nachrichtenfaktoren *Status* und verschiedener Dimensionen von *Nähe* orientierte sich an den Operationalisierungen bei Schulz (1976), Staab (1990) und Scherer et al. (2006). Zusätzlich wurden der *Ereignis*- und der *Bezugsort* erhoben. Die Operationalisierung der *Frequenz/Dauer* erfolgte in Anlehnung an Schulz (1976). 4) Als abhängige Variable wurde die *Anzahl der Kommentare* pro Beitrag erfasst.

4.3 Untersuchungsmaterial, Codierung und Reliabilitätstest

Die Codierung erfolgte durch 20 studentische Codierer ohne Vorerfahrung mit Inhaltsanalysen, weshalb die Operationalisierung der Nachrichtenfaktoren vereinfacht werden musste.

Für die Codierung wurden aus der Auswahlgrundlage zufällig 1000 Seiten ausgewählt. 940 davon wurden zufällig auf die Codierer aufgeteilt. Die verbleibenden 60 Seiten codierten alle Codierer zum Zwecke eines Reliabilitätstests während der Codierphase. Für die Codierung erhielten alle Codierer die heruntergeladenen Seiten auf einem Datenträger und eine elektronische Liste der ihnen zugeteilten Seiten.

Die erfassten Variablen sind im Anhang aufgelistet, zusammen mit Informationen zur Operationalisierung, zur Anzahl der Codierer und zur Anzahl der codierten Beiträge für den Reliabilitätstest⁴. Als Reliabilitätskoeffizient wurden gemäß den Empfehlungen für die Forschungspraxis (Rössler 2005: 190) Holsti-Reliabilitätskoeffizienten unter Verwendung des Tools von Jenderek (2006) berechnet (durchschnittliche paarweise

3 Als Teaser wird das einführende Textelement eines Nachrichtenbeitrags bezeichnet, das auf den Übersichtsseiten (Homepage oder Ressortstartseite) einer Nachrichtenwebsite platziert ist und einen Hyperlink zum vollständigen Artikel enthält.

4 Basis für die Reliabilitätstests waren diejenigen der 60 Seiten, die von allen Codierern dargestellt werden konnten und übereinstimmend als Artikelseiten identifiziert wurden.

Übereinstimmungen bei Beachtung der Codierreihenfolge). Es wurden Reliabilitätskoeffizienten von fast durchgängig über 0.7 erreicht.

4.4 Indexbildung

Zur Verdichtung der erhobenen Variablen der Beachtung eines Beitrags wurde eine Hauptkomponentenanalyse (oblique Rotation) durchgeführt (zur Begründung siehe Backhaus, Erichson, Plinke & Weiber 2003: 292f.). Die Variablenauswahl erwies sich mit einem *KMO* von .81 (min. *MSA* = .7) und Bartlett χ^2 (28) = 10468.8, $p < .001$ als sehr gut. Zwei Faktoren mit Eigenwerten größer eins wurden extrahiert, die zusammen knapp 89 Prozent der Gesamtstreuung erklären. Die Faktorladungsmatrix weist eine Einfachstruktur auf (Hauptladungen $\geq .71$, Nebenladungen $< .3$): Der erste Faktor fasst die Teasereigenschaften auf der Homepage und der zweite die Teasereigenschaften auf der Ressortstartseite zusammen. Die berechneten Faktorwerte werden als Beachtungsgrad-Indices (BGI) für die Prominenz der Verlinkung eines Beitrags auf der Homepage (BGI-HP, Cronbachs α der vier Variablen = .97) und auf der Ressortstartseite (BGI-RSS, Cronbachs α der vier Variablen = .92) verwendet.

Um potenzielle Effekte unterschiedlich langer Beobachtungszeiten kontrollieren zu können, wurde für jeden Beitrag die Differenz zwischen Zugriffszeitpunkt und Publikationszeitpunkt als Maß der Expositionsdauer berechnet.

Mit Hilfe einer Hauptachsenanalyse (oblique Rotation) wurde die Dimensionalität der erfassten Ländereigenschaften geprüft. In die erste Analyse ging neben geographischer, politischer, ökonomischer und kultureller Nähe auch die Variable Status der Ereignisation ein. Da letztere aber mit einem *MSA* von .57 ungeeignet für die Analyse war, beschränkte sich die weitere Analyse auf die Nähe-Variablen. Diese waren mit einem *KMO* von .73 (min. *MSA* = .68) und Bartlett χ^2 (6) = 807.2, $p < .001$ gut für die Analyse geeignet. Es wurde ein Faktor mit Eigenwert größer eins extrahiert, und der berechnete Anderson-Rubin-Faktorwert wird als zusammenfassender Näheindex verwendet (Cronbachs α der vier Variablen = .86).

5. Analyse und Ergebnisse

Die Prüfung der Hypothesen und die Beantwortung der Forschungsfragen erfolgte im Rahmen eines regressionsanalytischen Ansatzes mit der Anzahl der Kommentare als Zielvariable, Nachrichtenfaktoren und Transformationsregeln als unabhängigen Variablen sowie Expositionsdauer und Beachtungsgrad als Kontrollvariablen. Da die Operationalisierung der Transformationsregeln über die Auswahl der Websites erfolgte, war eine Recodierung der Variable Website in eine Effekt-Kodierung mit FOCUS online als Referenzkategorie notwendig.

Die Anzahl der Nutzerkommentare wurde in einer Zählvariable erfasst. Da Zählraten bei klassischen Regressionsmodellen mit Schätzung der Regressionskoeffizienten durch die Kleinst-Quadrat-Methode zu Prämissenverletzungen mit der Folge verzerrter Signifikanztests führen und häufig widersinnige Vorhersagen liefern (siehe ausführlich Coxe, West & Aiken 2009), wurden die Analysen mit Negativ-Binomial-Regressionen durchgeführt, in denen den Besonderheiten empirisch beobachteter Zählraten in geeigneter Weise Rechnung getragen wird (siehe Long 1997: 217ff.).

Die Analyse erfolgt separat für In- und Auslandsberichterstattung (operational definiert über die Ereignisation). Im Rahmen der Codierung wurden die Modellvariablen vollständig für 251 Inlandsbeiträge und 285 Auslandsbeiträge erfasst.

In der Inlandsberichterstattung entfielen durchschnittlich 35,55 Kommentare auf einen Beitrag ($SD=35.64$). Für die Inlandsberichterstattung unterscheidet sich das geschätzte Modell signifikant vom Nullmodell ($LQ \chi^2(16)=232.45, p<.001$)⁵. Zur Beurteilung der Modellgüte wird Nagelkerkes R^2 als korrigiertes und normiertes Pseudo-Bestimmtheitsmaß herangezogen. Mit $R^2_{\text{Nagelkerke}}=.60$ erreicht das Modell eine substantielle Erhöhung der Likelihood gegenüber dem Nullmodell⁶. Tabelle 2 listet die Modellkoeffizienten (b) für die nationale Berichterstattung auf. Zur einfacheren Interpretation sind für die signifikanten Prädiktoren zusätzlich die Änderungsfaktoren (e^b) und die prozentualen Veränderungen (%) der erwarteten Kommentaranzahl angegeben.

Tabelle 2: Determinanten der Kommentaranzahl pro Beitrag in der nationalen Berichterstattung

	b	SE	z	p	e^b	%
Welt.de	1.2897	.31556	4.09	<0.01	3.63	263.2
sueddeutsche.de	-1.7360	.3002	-5.78	<0.01	0.18	-82.4
Schaden	.6710	.2866	2.34	<0.05	1.96	95.6
Kontroverse	.0940	.2304	0.41	0.68		
Status	.1186	.0945	1.26	0.21		
Reichweite	.4802	.2657	1.81	0.07	1.62	61.6
Einfluss	.1812	.1595	1.14	0.26		
Erfolg	-.4478	.2329	-1.92	0.05	0.64	-36.1
Etablierung	.8030	.2574	3.12	<0.01	2.23	123.2
Überraschung	-.6343	.3076	-2.06	<0.05	0.53	-47.0
Faktizität	-.8711	.3008	-2.90	<0.01	0.42	-58.2
Frequenz/Dauer	.4962	.2322	2.14	<0.05	1.64	64.2
Personalisierung	.3666	.3879	0.94	0.35		
Prominenz	.0291	.3314	0.09	0.93		
BGI-HP	.4576	.1084	4.22	<0.01	1.58	63.7
BGI-RSS	.4926	.1003	4.91	<0.01	1.64	12.6
Konstante	2.4956	.6123	4.08	<0.01		

Negativ-Binomial-Regression, N=251 Inlandsbeiträge, AV=Kommentaranzahl pro Beitrag, Expositions-dauer kontrolliert.

Angegeben sind die Rohkoeffizienten b mit ihren Standardfehlern (SE) und Teststatistiken. b quantifiziert die Veränderung im natürlichen Logarithmus der abhängigen Variable bei Veränderung der jeweiligen unabhängigen Variable um eine Einheit (additiv-linearer Effekt). Setzt man diesen Koeffizienten in den Exponenten von e (e^b), ist der Effekt in der Metrik der abhängigen Variable interpretierbar: e^b ist ein Änderungsfaktor. Bei Veränderung der unabhängigen Variable um eine Einheit verändert sich die abhängige Variable um das e^b -fache (multiplikativer Effekt, siehe Cox et al. 2009). Zudem sind die erwarteten Veränderungen in Prozent (%) angegeben.

5 Likelihood-Quotienten-Test, H_0 : alle Regressionskoeffizienten sind simultan 0; siehe Backhaus et al. 2003: 439f. Das Nullmodell im LQ-Test impliziert H_0 , weil das Nullmodell nur eine Konstante enthält. Ein signifikanter LQ-Test zeigt also an, dass die unabhängigen Variablen insgesamt einen signifikanten Erklärungsbeitrag leisten.

6 $R^2_{\text{Nagelkerke}}$ quantifiziert den prognostischen Gehalt des Regressionsmodells gegenüber einem Basis- bzw. Nullmodell ohne Prädiktoren.

Auf Basis der nationalen Berichterstattung zeigen die hochsignifikanten Koeffizienten bei den Beitragsquellen deutlich den erwarteten negativen Effekt der *Restriktivität der Transformationsregeln*: Auf *Welt.de* mit den am wenigsten restriktiven Transformationsregeln werden 3,6-mal mehr Kommentare pro Beitrag vorhergesagt als in der Referenzkategorie mit restriktiven Transformationsregeln (FOCUS online). Im Gegensatz dazu liegt auf *sueddeutsche.de* mit den restriktivsten Transformationsregeln die erwartete Kommentaranzahl 82 Prozent niedriger als in der Referenzkategorie.

Für den Nachrichtenfaktor *Schaden* zeigt sich ein signifikant positiver Effekt: Unter Konstanz aller übrigen Modellvariablen erhöht sich die Kommentaranzahl pro Beitrag bei Berichten über materielle oder gar existenzielle Schäden jeweils um einen Faktor von 1,96.

Von den Nachrichtenfaktoren, die gemäß Theorie die indirekte Betroffenheit eines Individuums als Gesellschaftsmitglied indizieren, zeigen sich lediglich auf dem 10 Prozent-Niveau signifikante Effekte für *Reichweite* und *Erfolg*.

Für alle Nachrichtenfaktoren, deren Indikatorfunktion laut Theorie zumindest teilweise darauf beruht, dass sie in systematischer Beziehung zum Vor- und Kontextwissen der Rezipienten stehen, zeigt das Modell signifikante Effekte. Bei Berichten über einen *etablierten* Sachverhalt erhöht sich die erwartete Kommentaranzahl um über 100 Prozent. Bei explizit erwartungswidrigen Ereignissen (*Überraschung*) und rein *faktischen* Berichten über Ereignisse (im Gegensatz zu Situationsanalysen und journalistischen Interpretationen eines Sachverhalts) verringert sich die Kommentaranzahl um 47 bzw. 58 Prozent. Ist Anfang und Ende eines berichteten Ereignisses klar bestimmbar (*Frequenz*), erhöht sich die vorhergesagte Kommentaranzahl um den Faktor 1,64.

Weder für *Personalisierung* noch *Prominenz* zeigt das Modell für die Inlandsberichterstattung signifikante Einflüsse auf die Kommentaranzahl pro Beitrag.

Die Auslandsberichterstattung wird mit durchschnittlich 17,99 Kommentaren pro Beitrag ($SD=25.65$) deutlich weniger kommentiert. Das geschätzte Modell (siehe Tabelle 3) unterscheidet sich signifikant vom Nullmodell ($LQ \chi^2(19)=109.73, p<.001, R^2_{Nagelkerke}=.32$).

In der internationalen Berichterstattung ist der Effekt der *Restriktivität der Transformationsregeln* weniger konsistent als in der Inlandsberichterstattung: Zwar verringert sich die zu erwartende Kommentaranzahl pro Artikel bei einer deutlichen Erhöhung der Restriktivität signifikant, allerdings führt eine weitere Senkung der Hürden medialer Partizipation (wie auf *Welt.de*) nicht zu einer signifikanten Erhöhung des erwarteten Kommentarovolumens.

Schaden steht auch in der Auslandsberichterstattung in einer signifikant positiven Beziehung zur Kommentaranzahl.

Die in Tabelle 3 wiedergegebene Analyse zeigt keinen signifikanten Effekt für *Status*, aber einen signifikant negativen Effekt der *Nähe* auf die Kommentaranzahl. Aufgrund der signifikanten Interaktion beider Faktoren sind diese jedoch nicht als Haupteffekte zu interpretieren, sondern als konditionale Effekte⁷. Die bisherige Analyse zeigt, dass *Status* bei durchschnittlicher Nähe keinen Effekt hat. *Nähe* hat einen negativen Einfluss in der Gruppe der statusniedrigsten Länder. Ereignisse in nahen und zu

⁷ Präzise ist die moderierte Regression so zu interpretieren: Der Koeffizient für Status gibt den Zusammenhang zwischen Status und Kommentaranzahl beim Wert 0 von Nähe an. Dieser entspricht dem Durchschnittswert der Variable Nähe. b für die Variable Nähe gibt den Zusammenhang zwischen Nähe und Kommentaranzahl beim Wert 0 der Variable Status an, was deren niedrigster Ausprägung entspricht. b des Interaktionsterms gibt an, wie sich die Koeffizienten der beteiligten Prädiktoren in Abhängigkeit des jeweils anderen verändern.

Tabelle 3: *Determinanten der Kommentaranzahl pro Beitrag in der internationalen Berichterstattung*

	b	SE	z	p	e ^b	%
Welt.de	-.3214	.3386	-0.95	0.34		
sueddeutsche.de	-1.902	.3592	-5.30	<0.01	0.15	-85.1
Schaden	.4823	.1800	2.68	<0.01	1.62	62.0
Kontroverse	-.0652	.1816	-0.36	0.72		
Ethnozentrismus	-.1266	.6549	-0.19	0.85		
Status	.1696	.1620	1.05	0.30		
Nähe	-.5583	.1812	-3.08	<0.01	0.57	-42.8
Status*Nähe	.3615	.1778	2.03	<0.05	1.44	43.6
Reichweite	-.0209	.2405	-0.09	0.93		
Einfluss	.2363	.1591	1.49	0.14		
Erfolg	.0320	.2010	0.16	0.87		
Etablierung	-.5230	.2740	-1.91	0.06	0.59	-40.7
Überraschung	-.2848	.2552	-1.12	0.26		
Faktizität	-.4243	.3290	-1.29	0.20		
Frequenz/Dauer	.1685	.2415	0.70	0.49		
Personalisierung	.1067	.2761	0.39	0.70		
Prominenz	-.2135	.3688	-0.58	0.56		
BGI-HP	.6317	.1089	5.80	<0.01	1.88	88.1
BGI-RSS	.2638	.1071	2.46	<0.05	1.30	30.2
Konstante	2.8068	.5057	5.55	<0.01		

Negativ-Binomial-Regression, N=285 Auslandsbeiträge, AV=Kommentaranzahl pro Beitrag, Expositionsdauer kontrolliert. Für Erläuterungen siehe die Anmerkungen zu Tabelle 2.

Deutschland ähnlichen Ländern, die aber gleichzeitig durch ein niedriges Macht- und Wohlstandsniveau gekennzeichnet sind (z. B. einige Länder Osteuropas), werden weniger kommentiert als Vorkommnisse in statusniedrigen entfernten und fremden Ländern (z. B. einige Länder Afrikas).

Mit steigendem Status verändert sich aber der Einfluss des Nachrichtenfaktors Nähe, genau wie sich der (fehlende) Einfluss von Status bei vom Durchschnitt abweichender Nähe signifikant verändert: Das positive Vorzeichen des Interaktionsterms impliziert, dass sich der negative Einfluss der Nähe bei steigendem Status abschwächt und sich äquivalent dazu der positive Einfluss des Status bei steigender Nähe verstärkt.

Zum besseren Verständnis der Interaktion wurde in ergänzenden Analysen getestet, auf welchen Stufen des Moderators jeweils ein signifikanter Effekt vorliegt (zum Vorgehen siehe Hayes 2005: 428ff.). Es zeigt sich, dass der negative Effekt der Nähe ausschließlich bei niedrigem Status signifikant ist. Status selbst entfaltet einen signifikant positiven Effekt auf die Kommentaranzahl ($b=.53$, $z=2.69$, $p<0.01$) bei einer Standardabweichung über der durchschnittlichen Nähe. Ab einer bestimmten überdurchschnittlichen Ausprägung von Nähe haben die Nachrichtenfaktoren Status und Nähe also einen überadditiven Effekt auf die Kommentaranzahl und verstärken sich gegenseitig.

Neben *Schaden* und den konditionalen Effekten von *Status* und *Nähe* hat in der internationalen Berichterstattung kein weiterer Nachrichtenfaktor einen signifikanten

Einfluss auf das Kommentarovolumen pro Beitrag. Einzig für den Faktor *Etablierung* zeigt das Modell einen marginal signifikanten Effekt.

Tabelle 4: Vermutete und gefundene Einflüsse auf die Kommentaranzahl pro Beitrag

	Variable	Hypothese	Gefundener Zusammenhang Inland	Zusammenhang Ausland
H1	Restriktivität der Transformationsregeln	-	-	(-)
H2	Schaden	+	+	+
H3	Kontroverse	+	0	0
H4	Ethnozentrismus	+	n.a.	0
H5	Status	+	0	(+)
H6	Nähe	+	n.a.	(-)
FF1	Status*Nähe	?	n.a.	(+)
H7	Reichweite	+	[+]	0
H8	Einfluss	+	0	0
H9	Erfolg	+	[-]	0
H10	Etablierung	+	+	[-]
FF2	Überraschung	?	-	0
FF3	Faktizität	?	-	0
H11	Dauer/Frequenz	+	+	0
H12	Personalisierung	+	0	0
H13	Prominenz	+	0	0

Legende: - = negativer Zusammenhang mit der Kommentaranzahl, + = positiver Zusammenhang mit der Kommentaranzahl, ? = offene Forschungsfrage, n.a. = nicht anwendbar, 0 = kein signifikanter Zusammenhang. Werte in runden Klammern zeigen konditionale Effekte, Werte in eckigen Klammern marginal signifikante Effekte.

Tabelle 4 fasst die Ergebnisse überblicksartig zusammen und stellt sie den Hypothesen gegenüber. Insgesamt zeigt sich in der In- und Auslandsberichterstattung eine Reihe konsistenter Befunde:

- Die *Restriktivität der Transformationsregeln* wirkt sich in jedem Fall negativ auf die Kommentaranzahl pro Beitrag aus, wenn auch in der Auslandsberichterstattung eine Senkung der Partizipationshürden nur bis zu einem gewissen Punkt zu mehr Kommentaren führt. Mit dieser Einschränkung kann H1 angenommen werden.
- *Schaden* hat konsistent einen positiven Einfluss auf die Kommentaranzahl, H2 wird angenommen.
- Da sich für *Kontroverse* weder in der nationalen noch internationalen Berichterstattung ein signifikanter Effekt zeigt, wird H3 abgelehnt.
- Von den Nachrichtenfaktoren, die unabhängig vom Ereignisort sind und deren Wirksamkeit damit begründet wird, dass sie potenzielle Betroffenheit signalisieren, zeigen sich lediglich in der nationalen Berichterstattung Effekte, die aber nicht auf

dem 5 %-Niveau signifikant sind. H7 zum Einfluss der *Reichweite*, H8 zu *Einfluss* und H9 zu *Erfolg* werden deshalb abgelehnt.

- Konsistent nicht signifikante Effekte für *Personalisierung* und *Prominenz* führen zur Ablehnung von H12 und H13.

Die verbleibenden Nachrichtenfaktoren haben unterschiedliche Wirkungen in der In- und Auslandsberichterstattung.

- In Letzterer zeigen sich konditionale Effekte der Faktoren *Status und Nähe* (FF1): Hier kann H5 unter der Bedingung überdurchschnittlicher Nähe angenommen werden.
- H6 wird abgelehnt, da Nähe unter der Bedingung fehlenden Status sogar in einer negativen Beziehung zur Kommentaranzahl steht. Weder *Ethnozentrismus*, noch *Frequenz/Dauer*, *Etablierung*, *Überraschung* oder *Faktizität* haben signifikante Effekte, weshalb H4, H10 und H11 für die internationale Berichterstattung abgelehnt werden.
- In der nationalen Berichterstattung ist der *Status* des Ereignisortes bedeutungslos, H5 wird abgelehnt.
- *Etablierung* und *Frequenz/Dauer* haben in der Inlandsberichterstattung den vorhergesagten Einfluss – H10 und H11 können dafür angenommen werden.
- *Überraschung* (FF2) und *Faktizität* (FF3) haben in der nationalen Berichterstattung einen negativen Einfluss: Sowohl explizit erwartungswidrige Ereignisse als auch Ereignisberichte, die sich einer journalistischen Interpretation und Situationsanalyse enthalten, werden signifikant weniger kommentiert.

6. Diskussion

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Frage, wie man das Ausmaß an Nutzerkommentaren pro Beitrag auf einer Nachrichtenwebsite erklären kann, war es das Anliegen dieser Studie, relevante Merkmale des journalistischen Angebots zu identifizieren und auf ihren Erklärungsbeitrag zu prüfen. Dafür ergab sich die Notwendigkeit einer Modellierung, die sowohl inhaltliche Determinanten medialer Partizipation als auch die medialen Rahmenbedingungen von Nutzerbeteiligung berücksichtigt.

Das der Studie zugrunde liegende allgemeine Erklärungsmodell geht davon aus, dass neben Merkmalen der Website insbesondere Merkmale des Ursprungsbeitrags eine wichtige Determinante individueller Kommentierungsbereitschaft sind. Anzumerken ist, dass dieses Erklärungsmodell nicht erschöpfend und die Konzentration auf zwei Erklärungsfaktoren dem spezifischen Interesse am Einfluss von Nachrichtenfaktoren und Transformationsregeln geschuldet ist. Daneben besteht die Möglichkeit, dass auch Merkmale des Kommentierungsverlaufs erklärungsrelevant für die Gesamtzahl an Nutzerkommentaren sind. Auf der Individualebene trägt diese Erweiterung des Erklärungsmodells dem Umstand Rechnung, dass die individuelle Partizipationsbereitschaft nicht nur vom berichteten Sachverhalt, sondern auch vom Kommentierungsverhalten der Mitnutzer abhängig sein kann. So besteht bspw. die Möglichkeit, dass sich in Kommentaren Diskurse entwickeln, in denen ggf. provokante Meinungsäußerungen zu erhöhter Kommentierungsbereitschaft von Nutzern führen, die sich allein auf Grundlage des Ausgangsbeitrags nicht geäußert hätten.

Vor dem eingangs skizzierten öffentlichkeitstheoretischen Problemhintergrund war in der vorliegenden Studie primär von Interesse, anhand welcher Merkmale journalistischer Angebote sich entscheidet, zu welchen Nachrichten Nutzer eine aktive Sprecherrolle einnehmen. Potenzielle Einflüsse, die von den Kommentaren anderer ausgehen, wurden daher zunächst nicht berücksichtigt. Weiterführende Forschung sollte sich der

Identifikation solcher Merkmale des Kommentierungsverlaufs widmen und aufklären, wie sie sich auf die Gesamtkommentaranzahl auswirken. Damit wäre auch eine vollständigere Beantwortung der eingangs formulierten generellen Fragestellung möglich. Darüber hinaus ist zu fragen, unter welchen Bedingungen sich solche Merkmale ausbilden und ob sie wiederum selbst in systematischer Beziehung zu Merkmalen des Ausgangsbeitrags stehen. Einen Weg zur Beantwortung dieser Fragen bilden inhaltsanalytische Folgestudien, die das hier entwickelte Forschungsdesign um die Analyse der Inhalte der Nutzerkommentare erweitern.

Zur Ableitung der Hypothesen für die vorliegende Studie wurde auf Grundlage theoretischer Modelle der UGC-Produktion zunächst die zentrale Rolle von Transformationsregeln als Determinante von UGC herausgearbeitet. Die Studie liefert klare empirische Belege dafür, dass auf Websites, die die Hürden für mediale Partizipation hoch legen, mit deutlich weniger Kommentaren pro Beitrag zu rechnen ist. Unter normativer Perspektive wäre zu problematisieren, dass damit die aktive Teilhabe der Bürger an öffentlichen, von Massenmedien getragenen Diskursen zumindest teilweise an strukturellen Voraussetzungen öffentlicher Kommunikation scheitert. Allerdings sollte diese Problematisierung zwei Dingen Rechnung tragen: Erstens ist weiterhin unklar, welcher Qualität die Kommentierungen der politischen Berichterstattung sind und ob damit tatsächlich ein Mehrwert für den politischen Diskurs verbunden ist. Nur wenn dem so wäre, wären starke Zugangsbarrieren öffentlichkeitstheoretisch gesehen mit negativen Konsequenzen verbunden. Zweitens ist zu berücksichtigen, dass die hier erzielten Befunde auf einer spezifischen Operationalisierung der Transformationsregeln basieren. Die einzige Möglichkeit der Operationalisierung dieses Konstrukts besteht im Rahmen einer Inhaltsanalyse in der Auswahl von Medienangeboten mit unterschiedlich restriktiven Transformationsregeln. Mit dieser Operationalisierung sind Alternativverklärungen für die gefundenen Effekte aber nicht auszuschließen. So wäre es beispielsweise denkbar, dass sich die Publika der Websites systematisch hinsichtlich kommentierungsrelevanter Merkmale unterscheiden. Auch die unterschiedlichen Reichweiten der Angebote könnten zur Erklärung des Effekts beitragen. Im Rahmen künftiger Forschung sollte deshalb der Effekt unterschiedlich restriktiver Transformationsregeln auf die Kommentierungsbereitschaft in Forschungsdesigns, die alternative Operationalisierungen ermöglichen (z. B. Experimentaldesigns), abgesichert werden.

Neben den Transformationsregeln wurde die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren als Determinanten medialer Partizipation geprüft, weil sowohl ausgehend vom aktuellen Forschungsstand als auch aus normativer Perspektive die Frage relevant erscheint, anhand welcher inhaltlicher Kriterien sich entscheidet, zu welchen medial vorselektierten Themen Nutzer eine aktive Sprecherrolle als Kommentatoren einnehmen. Die Analyse zeigte, dass sich In- und Auslandsberichterstattung deutlich hinsichtlich der Kommentierungshäufigkeit und der einflussreichen Nachrichtenfaktoren unterscheiden. Von grundsätzlicher Bedeutung ist also, ob sich ein berichteter Sachverhalt dominant auf das eigene Land bezieht oder ob es sich um Auslandsgeschehen handelt. Einzig der Nachrichtenfaktor *Schaden* führt sowohl in nationaler als auch internationaler Berichterstattung zu mehr Kommentaren. Ebenso konsistent ist der fehlende Einfluss der Nachrichtenfaktoren *Kontroverse*, *Reichweite* und *Einfluss*.

Eindeutige Befunde lieferte die Studie zum Einfluss von Nachrichtenfaktoren, die das Vorhandensein von Vorwissen und Voreinstellungen zum berichteten Sachverhalt auf Seiten der Rezipienten wahrscheinlicher machen. Für die Inlandsberichterstattung scheint, sofern die theoretische Begründung der Nachrichtenfaktoren angemessen ist, zu gelten: Ein Sachverhalt wird umso häufiger kommentiert, je mehr Vorwissen über

einen Sachverhalt durch vorhergegangene Berichterstattung verfügbar ist oder je mehr fehlendes Hintergrundwissen durch journalistische Analysen ausgeglichen wird. Ebenso wird häufiger kommentiert, wenn weniger Kontextwissen nötig ist, um sich äußern zu können, weil ein in sich abgeschlossenes Geschehen berichtet wird. Wenn ein Beitrag überdies journalistische Analysen, Interpretationen oder Bewertungen zum Vergleich mit einer eigenen Meinung oder Position bietet, wird er häufiger kommentiert. Diese Interpretationen der Befunde sollten Anlass zu einer direkteren Aufklärung der Bedeutung von Vorwissen und -einstellungen der Rezipienten geben und lenken den Blick gleichzeitig darauf, dass die journalistische Aufbereitung eines Ereignisses vermutlich eine entscheidende weitere Determinante des Kommentierungsverhaltens darstellt. Bei dem sollte sich die künftige Forschung annehmen.

Für Kommentierungen in der Auslandsberichterstattung sind vor allem Eigenschaften der Ereignisländer relevant. Die Kommentaranzahl steigt aber nicht einfach mit höherem Status und steigender Nähe eines Landes an, sondern das Kommentierungsverhalten folgt einem etwas anderen Muster. Einerseits ist bei Ereignissen zu Ländern ein höheres Kommentarvolumen zu erwarten, die gleichzeitig einen hohen Status und große Nähe zu Deutschland haben. Andererseits ist bei Ereignissen in Ländern, die Deutschland zwar sehr nah und verbunden sind, denen es gleichzeitig aber international an Macht und Wohlstand fehlt, mit weniger Kommentaren zu rechnen. Der Effekt des in der Forschung zu internationalen Nachrichtenflüssen seit Langem bekannten „next door giant neighbor“ (Schenk 1987: 40) lässt sich insofern auch in Nutzerkommentaren beobachten. Bei fehlendem Status richtet sich die Kommentierungsaktivität verstärkt auf Geschehnisse in entfernten und unähnlichen Nationen.

Da es sich bei der vorliegenden Untersuchung um den ersten Versuch handelt, Kommentierungen in Online-Zeitungen durch Nachrichtenfaktoren zu erklären, sollten erweiterte Replikationen der Studie neben der zusätzlichen Berücksichtigung von Merkmalen des Kommentierungsverlaufs auch verschiedene Beschränkungen der Generalisierbarkeit der vorliegenden Studie überwinden. So sollte das entwickelte Hypothesenset an einer umfangreicheren Stichprobe geprüft werden, die a) einen längeren Zeitraum umfasst, b) mehrere Medien berücksichtigt und c) neben der politischen Berichterstattung auch weitere Inhalte analysiert. Dabei sollte auch eine differenzierte Erfassung der Nachrichtenfaktoren versucht werden, als sie hier möglich war.

Insgesamt trägt die Studie zur Forschung über Einflussfaktoren medialer Partizipation bei. Speziell zum tatsächlichen Einfluss von medialen Rahmenbedingungen und zum Zusammenspiel von journalistischem Content und nutzergenerierten Inhalten in Form von Kommentaren in Online-Zeitungen liefert sie erste Erkenntnisse. Sie zeigt, dass die Nachrichtenfaktoren eines Beitrags die Kommentaranzahl auf unterschiedliche Weise beeinflussen. Zur Vertiefung dieser Erkenntnisse sollte sich künftige Forschung der Frage widmen, ob sich der Einfluss der Nachrichtenfaktoren auf unterschiedlichen Arten von Nachrichtenwebsites unterscheidet. Zudem wäre zu klären, ob die Transformationsregeln den Einfluss der Nachrichtenfaktoren auf die Kommentaranzahl moderieren⁸.

Darüber hinaus sollte zukünftige Forschung den Gegenstandsbereich über die hier untersuchte spezifische Form von UGC ausdehnen und den Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf weitere Formen von UGC, Anschlusskommunikation und interpersonal-

⁸ Diesen Fragen konnte im Rahmen des vorliegenden Beitrags nicht nachgegangen werden, da die Fallzahlen in den dafür zu schätzenden Regressionsmodellen zu gering sind (bei einer gleichzeitig zu hohen Anzahl an Prädiktoren), um die Anwendung des eingesetzten Schätzverfahrens noch rechtfertigen zu können (siehe Long 1997: 54).

öffentliche Kommunikation sowie auf Informationsflüsse im WWW allgemein prüfen. Auf dieser Grundlage ließe sich dann auch besser beurteilen, ob das von Galtung und Ruge (1965) vorgelegte Vermittlungsmodell empirisch gut abgesichert um den Aspekt der selektiven medialen Partizipation erweiterbar ist. Die bisher erzielten Befunde sprechen dafür.

Literatur

- AGOF (2008): *Berichtsband – Teil 2 zur internet facts 2008-II*, <http://www.agof.de/index.download.d55c96c3272b95a7a210cd9ce332ae49.pdf> [29.12.2011].
- Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W. & Weiber, R. (2003): *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung* (10. Auflage). Berlin: Springer.
- Bergström, A. (2008): The Reluctant Audience: Online Participation in the Swedish Journalistic Context. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5 (2), 60-79.
- Boulianne, S. (2009): Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research. *Political Communication*, 26 (2), 193-211.
- Bauer, C. A. (2011): *User Generated Content: Urheberrechtliche Zulässigkeit nutzergenerierter Medieninhalte*. Berlin: Springer.
- Bräuer, M.; Seifert, M. & Wolling, J. (2008): Politische Kommunikation 2.0 – Grundlagen und empirische Ergebnisse zur Nutzung neuer Partizipationsformen im Internet. In: A. Zerfaß, M. Welker & J. Schmidt (Hg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen* (S. 188-209). Köln: Halem.
- Coxe, S.; West, S. G. & Aiken, L. S. (2009): The Analysis of Count Data: A Gentle Introduction to Poisson Regression and Its Alternatives. *Journal of Personality Assessment*, 91 (2), 121-136.
- Diakopoulos, N. & Naaman, M. (2011, March): *Towards Quality Discourse in Online News Comments*. Presentation at the 2011 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work (CSCW), Hangzhou, China, <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2007/05/pr220-diakopoulos.pdf> [29.12.2011].
- Domingo, D.; Quandt, T.; Heinonen, A.; Paulussen, S.; Singer, J. B. & Vujnovic, M. (2008): Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. *Journalism Practice*, 2 (3), 326-342.
- Eilders, C. (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eilders, C.; Geißler, S.; Hallermayer, M.; Noghero, M. & Schnurr, J.-M. (2010): Zivilgesellschaftliche Konstruktionen politischer Realität. Eine vergleichende Analyse zu Themen und Nachrichtenfaktoren in politischen Weblogs und professionellem Journalismus. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 58 (1), 63-82.
- Emmer, M.; Vowe, G. & Wolling, J. (2010): Ein Medium wird erwachsen: Die Entwicklung der politischen Informationsnutzung der Deutschen von 2002 bis 2008. In: J. Wolling, M. Seifert & M. Emmer (Hg.), *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess* (S. 87-108). Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer.
- Emmer, M. & Wolling, J. (2010): Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit. In: W. Schweiger & K. Beck (Hg.), *Handbuch Online-Kommunikation* (S. 36-58). Wiesbaden: VS.
- Engesser, S. (2008): Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In: A. Zerfaß, M. Welker & J. Schmidt (Hg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen* (S. 47-71). Köln: Halem.
- Engesser, S. (2010): Barrieren medialer Partizipation: Ergebnisse eines explorativen Feldexperiments. In: J. Wolling, M. Seifert & M. Emmer (Hg.), *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess* (S. 151-167). Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer.
- Fretwurst, B. (2008): *Nachrichten im Interesse der Zuschauer: Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie*. Konstanz: UVK.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965): The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2 (1), 64-91.

- Gerhards, J. & Neidhardt, F. (1991): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. In: S. Müller-Doohm & K. Neumann-Braun (Hg.), *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation* (S. 31-90). Oldenburg: BIS.
- Haas, A. & Brosius, H.-B. (2011): Interpersonal-öffentliche Kommunikation in Diskussionsforen: Strukturelle Äquivalenz zur Alltagskommunikation? In: J. Wolling, A. Will & C. Schumann (Hg.), *Medieninnovationen* (S. 103-120). Konstanz: UVK.
- Hagen, M. (1999): Amerikanische Konzepte elektronischer Demokratie: Medientechniken, politische Kultur, politische Beteiligung. In: K. Kamps (Hg.), *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation* (S. 63-81). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hayes, A. F. (2005): *Statistical Methods for Communication Science*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Jarren, O. (2008): Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56 (3-4), 329-346.
- Jenderek, B. (2006): Tool für Reliabilitätskoeffizienten, <http://www.uni-leipzig.de/~jenderek/tool/tool.htm> [29.12.2011].
- Köcher, R. (2008): *Veränderungen der Informations- und Kommunikationskultur*, http://www.acta-online.de/presentationen/acta_2008/acta_2008_Information%2390EDC.pdf [29.12.2011].
- Long, J. S. (1997): *Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Maier, M.; Stengel, K. & Marschall, J. (2010): *Nachrichtenwerttheorie*. Baden-Baden: Nomos.
- Maletzke, G. (1963): *Psychologie der Massenkommunikation: Theorie und Systematik*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Neuberger, C. (2008): Internet und Journalismusforschung: Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In: T. Quandt & W. Schweiger (Hg.), *Journalismus online – Partizipation oder Profession?* (S. 17-42). Wiesbaden: VS.
- Peters, B. (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. In: F. Neidhardt (Hg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 42-76). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rössler, P. (2005): *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK.
- Schenk, B. (1987): Die Struktur des internationalen Nachrichtenflusses: Analyse der empirischen Studien. *Publizistik*, 35 (1), 36-54.
- Scherer, H.; Tiele, A.; Haase, A.; Hergenröder, S. & Schmid, H. (2006): So nah und doch so fern? Zur Rolle des Nachrichtenfaktors ‚Nähe‘ in der internationalen Tagespresse. *Publizistik*, 51 (2), 201-224.
- Schulz, W. (1976): *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg: Alber.
- Schweiger, W. & Quiring, O. (2006): User-Generated Content auf massenmedialen Websites – eine Spielart der Interaktivität oder etwas völlig anderes? In: M. Friedrichsen, W. Mühl-Benninghaus & W. Schweiger (Hg.), *Neue Technik, neue Medien, neue Gesellschaft?* (S. 97-120). München: Fischer.
- Shamir, J. (1997): Speaking Up and Silencing Out in Face of a Changing Climate of Opinion. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74 (3), 602-614.
- Sommer, D. (2010): *Nachrichten im Gespräch: Wesen und Wirkung von Anschlusskommunikation über Fernsehnachrichten*. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer.
- Springer, N. (2011): Suche Meinung, biete Dialog? Warum Leser die Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen nutzen. In: J. Wolling, A. Will & C. Schumann (Hg.), *Medieninnovationen*. (S. 247-264). Konstanz: UVK.
- Staab, J. F. (1990): *Nachrichtenwert-Theorie: Formale Struktur und empirischer Gehalt*. Freiburg: Alber.
- Stoeckl, R.; Rohrmeier, P. & Hess, T. (2007): *Motivations To Produce User Generated Content: Differences Between Webloggers And Videobloggers*. BLED 2007 Proceedings. Paper 30, <http://aisel.aisnet.org/bled2007/30> [29.12.2011].
- Tsagkias, M.; Weerkamp, W. & Rijke, M. de (2009): Predicting the Volume of Comments on Online News Stories. In: D. Cheung (Hg.), *Proceedings of the ACM Eighteenth International Conference on Information and Knowledge Management. November 2-6, 2009, Hong Kong, China* (S. 1765-1768). New York, NY: ACM.

- van Eimeren, B. & Frees, B. (2008): Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. *Media Perspektiven*, (7), 330-344.
- Weber, P. (2010): No News from the East? Predicting Patterns of Coverage of Eastern Europe in Selected German Newspapers. *International Communication Gazette*, 72 (6), 465-485.

Anhang

Variable (Spannweite)	Kurzbeschreibung / Operationalisierung	N _C	N _B	r _H
Website	Beitragsquelle	-	-	1
Seitenart	Unterscheidung zwischen Überblicksseiten (6 Unterkategorien) und Inhaltssseiten (4 Unterkategorien)	20	52	.96
Publikationszeitpunkt	separate Erfassung der Variablen Jahr, Monat, Tag, Stunde, Minute	4	54	.96 ¹
Identifikation des Homepage (HP)-Teasers		4	53	.95
Teaserplatzierung (0-2)	(2) Hauptteil der Page (1) außerhalb des Hauptteils (0) nicht verlinkt	4	53	.95
Teaserillustration (0-4)	(4) überdurchschnittlich (3) durchschnittlich (2) unterdurchschnittlich (1) ohne (0) nicht verlinkt	4	53	.95
Teaserüberschrift (0-2)	(2) typografisch und/oder farblich abgegrenzt (1) ohne (0) nicht verlinkt	4	53	.96
Teasertext (0-2)	(2) ausführlich (1) Ein-Zeilen-Teaser (0) nicht verlinkt	4	53	.95
Identifikation des Ressortstartseiten (RSS)-Teasers		4	50	.86
Teaserplatzierung (0-2)	wie bei HP	4	50	.98
Teaserillustration (0-4)	(2) vorhanden (1) nicht vorhanden (0) nicht verlinkt	4	50	.85
Teaserüberschrift (0-2)	wie bei HP	4	50	.87
Teasertext (0-2)	wie bei HP	4	50	.87
Ereignisland	Schauplatz	9	58	.90
Bezugsland	Land, auf den sich das Ereignis hauptsächlich auswirkt	9	58	.91
Ethnozentrismus (0-1)	Bezug zur nationalen Eigengruppe	-2	58	1
Status Ereignisort (0-3)	Bedeutung des Ereignisortes in Deutschland ³	9	58	.85
Status Ereignisnation (0-2)	Position eines Landes auf Macht- und Wohlstandsindikatoren im internationalen Staatensystem ⁴	9	58	.91
Geographische Nähe (0-2)	(2) Länder mit deutscher Grenze (1) übrige europäische Länder (0) übrige Länder	9	58	.92
Politische Nähe (0-3)	Anzahl Mitgliedschaft in politischen Organisationen (EU, Nato, OECD)	9	58	.91
Ökonomische Nähe (0-2)	Anteils eines Landes am dt. Außenhandelsvolumen	9	58	.88
Kulturelle Nähe (0-2)	Identität von Amtssprache und religiöser Tradition	9	58	.89
Frequenz/Dauer (0-1)	(0) Ereignis nicht zeitlich abgrenzbar (1) Ereignis zeitlich klar abgrenzbar / Anfang und Ende bestimmbar ⁹	9	58	.76
Einfluss (0-3)	Einflussbereich (lokal, regional, national/international) des zentralen Akteurs	9	58	.73
Prominenz (0-1)	Bekanntheit einer Person in Deutschland	9	58	.83
Personalisierung (0-1)	Verbindung des Ereignisses mit Einzelpersonen (jenseits ihrer offiziellen Funktionen)	9	58	.76

Variable (Spannweite)	Kurzbeschreibung / Operationalisierung	N _C	N _B	r _H
Kontroverse (0-2)	Ebene der Auseinandersetzung (höchstens rein verbal, nicht gewaltsam, gewaltsam)	9	58	.78
Überraschung (0-1)	(0) nicht explizit erwartungswidrig (1) Thematisierung der Erwartungswidrigkeit	9	58	.71
Reichweite (0-1)	(0) keine soziale Betroffenheitsreichweite (1) Betroffen sind eine oder mehreren soziale Kategorien	9	58	.68
Erfolg (0-2)	Positive Auswirkungen des Ereignisses auf ideelle, materielle oder existentielle Werte	9	58	.80
Schaden (0-2)	Negative Auswirkungen des Ereignisses auf ideelle, materielle oder existentielle Werte	9	58	.71
Faktizität (0-1)	(0) Situationsanalyse dominant (1) Handlungen dominant	9	58	.77
Etablierung (0-1)	Bezug des Ereignisses zu einem eingeführten Thema ⁵	9	58	.74
Anzahl Kommentare	Kommentare pro Artikel	7	53	.99

N_C: Anzahl der Codierer, N_B: Anzahl der codierten Beiträge für den Reliabilitätstest, r_H: Holsti-Reliabilitätskoeffizienten

- 1 Mittlere Reliabilität der erfassten Variablen.
- 2 Automatisch codiert auf Basis von Ereignis- und Bezugsort: wenn Bezugsort Deutschland war, liegt bei Auslandsereignissen ein Bezug zur nationalen Eigengruppe vor.
- 3 Die Bedeutung ergibt sich aus Einwohnerzahl, politischer Bedeutung (Sitz von obersten Behörden) und Wirtschaftskraft gemäß aktualisiertem Schlüsselplan von Staab (1990).
- 4 Statusindikatoren: Bruttosozialprodukt, mittlerer Anzahl an Bildungsjahren, Verteidigungsetat, Human Development Index. Hoher Status: USA, Japan, Großbritannien, Russland, Frankreich, Italien; Mittlerer Status: China, Indien, Brasilien, Spanien, Mexiko, Kanada, Saudi-Arabien, Australien, Niederlande, Argentinien; Niedriger Status: alle übrigen.
- 5 Codierentscheidung auf Basis einer im Vorfeld aufgestellten Themenliste. Für jede Woche vom 01.09.08 bis 30.11.08 wurden auf den drei Nachrichtenwebsites sämtliche Artikel des Politik-Ressorts auf die zugrunde liegenden Themen untersucht. Kam ein Thema in einer Woche auf allen drei Nachrichtensites vor, wurde es für die entsprechende Woche gelistet. Ein Beitrag bezieht sich auf eine etablierte Thematik, wenn das Thema des Beitrags in einer Woche vor der Beitragspublikation in der Liste vertreten war.

Nachrichtenfaktoren und Kommentierungsintensität von Online-Nachrichten – Die moderierende Rolle medialer Rahmenbedingungen

Patrick Weber

1 Einleitung

Das Verfassen von Leserkomentaren ist gegenwärtig eine der verbreitetsten Formen der Partizipationskommunikation online (Emmer et al. 2011: 161-198), die insbesondere von der Implementierung von Kommentar- und Debattierfunktionen in Online-Zeitungen ermöglicht wird (Domingo et al. 2008). Aus öffentlichkeitstheoretischer Perspektive sind verschiedene Potenziale für einen öffentlichen Diskurs mit dieser Form der Partizipationskommunikation verbunden. Diese Potenziale entstehen aber nur, wenn Online-Nachrichten überhaupt Leserkomentare „generieren“. Nachdem erste Studien gezeigt haben, dass auch Nachrichtenfaktoren die Kommentierungsintensität und damit die Entstehung dieses Potenzials beeinflussen (Weber 2012a; Weber 2012b), geht der vorliegende Beitrag der Frage nach, ob diese Zusammenhänge von medialen Rahmenbedingungen, insbesondere dem Kommentarmanagement auf einer Website, abhängig sind. Die zentrale Vermutung ist, dass sich der Einfluss der Nachrichtenfaktoren eines journalistischen Beitrags auf die Anzahl der Leserkomentare zum Beitrag auf Nachrichtenwebsites mit restriktivem Kommentarmanagement abschwächt.

Im Folgenden werden zunächst öffentlichkeitsrelevante Potenziale von Leserkommentaren skizziert. Darauf folgend wird der Forschungsstand zum Einfluss journalistischer Beiträge und insbesondere ihrer Nachrichtenfaktoren auf das Ausmaß an Leserkommentaren vorgestellt. Daran anschließend wird eine Begründung für die Hypothese entwickelt, dass der Einfluss der Nachrichtenfaktoren auf die Kommentaranzahl von den medialen Rahmenbedingungen, also der jeweiligen Nachrichtenwebsite, abhängig ist. Im zweiten Teil des Aufsatzes wird eine Studie vorgestellt, mit der diese Hypothese auf Basis einer Inhaltsanalyse der politischen Berichterstattung auf drei Nachrichtenwebsites mit unterschiedlich restriktivem Kommentarmanagement geprüft wurde. Der Beitrag schließt mit einem Fazit und Diskussion der Implikationen der Befunde.

2 Theoretische Bezugspunkte

2.1 Kommentarfunktionen als Öffentlichkeitsforen

Leserkommentaren kommt u. a. unter öffentlichkeitstheoretischer Perspektive (Gerhards/Neidhardt 1991) Relevanz zu. Wie in Offline-Massenmedien werden auch in Online-Nachrichtenmedien Informationen größtenteils von professionellen Kommunikatoren selektiert, synthetisiert und in öffentlich zugängliche Medieninhalte transformiert und dadurch die öffentliche Meinungsbildung organisiert und beeinflusst. Aber durch das Angebot an Kommentar- und Debattierfunktionen bieten Online-Nachrichtenmedien eine überaus einfach zugängliche Möglichkeit aktiver Sprecherrollen für das Publikum in den wichtigsten Foren der Öffentlichkeit, den Massenmedien. Gleichzeitig entstehen dadurch Potenziale, diskurstheoretisch begründeten Idealvorstellungen von öffentlicher Kommunikation (z. B. Peters 1994) näher zu kommen: Zum einen erhalten bestimmte Sichtweisen zu medial vorselektierten Themen, die die Hürden medialer Selektion sonst nicht überwinden, die Chance auf Repräsentanz im medial getragenen Diskurs. Douai und Nofal (2012) zeigen beispielsweise anhand der Diskussion der Schweizer Anti-Minarett-Initiative, dass die Sichtweise auf dieses Thema in den Leserkommentaren von Al Jazeera.net deutlich von der redaktionellen Perspektive dieses Nachrichtenmediums abweicht. Überdies steigt in computervermittelten Kommunikationsumgebungen (wie Online-Kommentaren)

die Wahrscheinlichkeit, dass sich auch Personen äußern, die sich einer Diskussion politischer Themen in Face-to-face-Situationen für gewöhnlich enthalten (Ho/McLeod 2008). Zum anderen können die medial vorselektierten Themen in Leserkomentaren potenziell diskursiv verarbeitet werden, wobei dieser Prozess öffentlich sichtbar ist. Damit ist auch das Potenzial einer gesteigerten Orientierung über die öffentliche Meinung zu den Themen auf der medialen Agenda verbunden. So zeigen z. B. Lee und Jang (2010), dass Nutzerkommentare die wahrgenommene öffentliche Meinung zu einem Sachverhalt beeinflussen können. Sogar die bloße Anzahl an Nutzerkommentaren zu einem Beitrag kann seine Wahrnehmung beeinflussen, bspw. die Qualität und die Relevanz des behandelten Sachverhalts (Ash et al. 2010).

Diese Potenziale entstehen jedoch nur, wenn ein journalistischer Beitrag überhaupt Nutzerkommentare „generiert“. Aus öffentlichkeitstheoretischer Perspektive ist besonders für politische Themen relevant, zu welchen medial vorselektierten Sachverhalten sich das Publikum öffentlich äußert (Neuberger 2008: 27). Der folgende Abschnitt gibt deshalb einen Überblick über die bisherige Forschung zu den Zusammenhängen zwischen professionell generierten journalistischen Inhalten und nutzergenerierten Inhalten in Form von Leserkomentaren.

2.2 Einflüsse journalistischer Inhalte auf Leserkomentare

Basierend auf Daten von sieben niederländischen Nachrichtenwebsites machten Tsagkias et al. (2009) einen ersten Schritt Richtung Identifikation derjenigen Merkmale von Online-Nachrichten, die das Ausmaß an Nutzerkommentaren beeinflussen. Sie fanden, dass die *Exklusivität* der in einem Beitrag behandelten Themen, Personen und Orte wie auch die Verwendung *distinkter und allgemein bekannter Bezeichnungen* für diese Entitäten die Anzahl der Kommentare besser erklären als formale Eigenschaften der Beiträge. Zum Einfluss von *Bewertungen* in einem Artikel fanden Diakopoulos/Naaman (2011), dass Beiträge mit einem positiven Tenor seltener kommentiert werden. Boczkowski/Mitchelstein (2012) zeigten, dass die meistkommentierten Artikel auf Nachrichtenwebsites eher sogenannte *Public-Affairs-Themen* (wie Politik) behandeln als andere Themen (z. B. Sport).

Weber (2012a, b) setzte die Kommentaranzahl theoretisch und empirisch in Beziehung zu den *Nachrichtenfaktoren* eines politischen Beitrags. Basierend

auf der Konzeptualisierung von Nachrichtenfaktoren als kollektiven Relevanzindikatoren (Eilders 1997) argumentiert Weber (2012b), dass 1) die durch Nachrichtenfaktoren beeinflusste Wahrnehmung von Relevanz eine Bedingung dafür ist, dass sich Leser in Form von Kommentaren äußern. Da Nachrichtenfaktoren Relevanzzuweisungen kollektiv übereinstimmend beeinflussen, resultiert auch auf Aggregatebene ein Zusammenhang zwischen den Nachrichtenfaktoren und der Kommentaranzahl eines Beitrags. Zum anderen sind 2) Vorwissen und Vorerfahrungen mit einem Thema (inkl. Voreinstellungen und Meinungen) Determinanten der individuellen Kommentierungsbereitschaft (vgl. auch Springer 2011). Da einige Nachrichtenfaktoren in einer systematischen Beziehung zur Wahrscheinlichkeit von Vorwissen auf Seiten der Rezipienten stehen, beeinflussen diese Nachrichtenfaktoren auch die zu erwartende Kommentaranzahl. Die aus diesen Annahmen folgenden Hypothesen wurden auf Basis inhaltsanalytischer Daten geprüft und Weber (2012a) konnte zeigen, dass die Nachrichtenfaktoren deutsche Beteiligung, Frequenz, Kontroverse, Reichweite und Schaden die Kommentaranzahl positiv beeinflussen, während bei hoher Faktizität und Überraschung weniger Leserkommentare pro Beitrag zu erwarten sind. Lediglich der Nachrichtenfaktor Schaden beeinflusst dabei sowohl in der Inlands als auch in der Auslandsberichterstattung die Kommentaranzahl, die Bedeutung der übrigen Faktoren variiert zwischen nationaler und internationaler Berichterstattung (Weber 2012b). Die meisten Einflüsse kommen vor allem in ersterer zum Tragen, während in letzterer die länderbezogenen Nachrichtenfaktoren Status und Nähe von übergeordneter Bedeutung sind.

Der vorliegende Beitrag schließt an diese Befundlage an und verfolgt das Ziel, zentrale Randbedingungen der bisher bekannten Effekte von Nachrichtenfaktoren zu explorieren. Konkret ist dabei von Interesse, ob die Effekte gleichermaßen auf unterschiedlichen Nachrichtenwebsites auftreten, insbesondere wenn sich deren Kommentarmanagement unterscheidet. Diese Frage ist auch grundlegend für die Forschung zu Leserkommentaren relevant, denn ein von den konkreten medialen Rahmenbedingungen unabhängiger Zusammenhang ist Voraussetzung dafür, im Einzelfall die Kommentaranzahl als Indikator für Publikumsreaktionen auf den Inhalt eines Beitrags zu betrachten. Sind bspw. unter bestimmten Bedingungen keine oder deutlich geringere Zusammenhänge zu beobachten hieße das, dass unter diesen

Bedingungen die Kommentaranzahl nur eingeschränkt Rückschlüsse auf dominante Publikumsreaktionen auf Inhalte zulässt.

2.3 Nachrichtenfaktoren und Kommentaranzahl: Der potenzielle Einfluss medialer Rahmenbedingungen

Es gibt mindestens zwei plausible Gründe, warum man davon ausgehen kann, dass die medialen Rahmenbedingungen den Zusammenhang zwischen Nachrichtenfaktoren und der Intensität von Kommentierungen moderieren.

Der erste hat mit der Regulierungspraxis der Kommentierungsfunktion einer Nachrichtenwebsite zu tun. International vergleichende Inhaltsanalysen partizipativer Nachrichtenwebsites zeigen, dass sich diese deutlich in ihrem Management der Kommentier- und Debattierfunktionen unterscheiden (z. B. Domingo et al. 2008). Laut Reich (2011) variiert das Kommentarmanagement i. d. R. hinsichtlich 1) der Notwendigkeit einer Registrierung als Nutzer und persönlicher Identifikation, um Kommentieren zu können und 2) der Art und Weise der Überwachung und Prüfung der von den Nutzern verfassten Kommentare durch Moderatoren. Von den Nutzern werden solche Regulierungen als Partizipationshürden wahrgenommen (Engesser 2010). Darauf basierend wird hier angenommen, dass je nach Regulierungspraxis die Entscheidung zu kommentieren einerseits mit unterschiedlich hohen Kosten verbunden ist (man muss sich anmelden, ggf. einen Account anlegen, man gibt seine Anonymität auf). Andererseits ist die Entscheidung mit einem unterschiedlichen Ausmaß an Unsicherheit darüber behaftet, ob das Handlungsziel (einen öffentlich sichtbaren Kommentar auf der Website zu hinterlassen) tatsächlich erreicht wird. Dadurch kann das Kommentarmanagement entscheidend dafür sein, ob sich eine durch Nachrichtenfaktoren beeinflusste Kommentierungsintention tatsächlich im Verfassen eines Kommentars niederschlägt: Selbst wenn ein Nachrichtenfaktor die wahrgenommene Relevanz eines Sachverhalts erhöht und damit die Wahrscheinlichkeit, dass dazu ein Kommentar verfasst wird, könnte eine strenge Regulierung der Kommentierungsfunktion als Hürde wahrgenommen werden, die den Leser davon abhält, tatsächlich einen Kommentar zu posten.

Der zweite Grund, warum der Einfluss der Nachrichtenfaktoren zwischen verschiedenen Websites variieren könnte, ist, dass das Publikum einzelner Websites womöglich unterschiedlich auf die einzelnen Nachrichtenfaktoren

Patrick Weber

reagiert. So ist es bspw. denkbar, dass eine Website typischerweise eine überdurchschnittlich gut gebildete Nutzerschaft mit ausgeprägten gesellschaftspolitischen Interessen hat, die aus diesem Grund stärker auf Beiträge mit einer hohen gesellschaftlichen Reichweite kommentierend reagiert. Dem typischen Publikum einer anderen Website kann dieses Interesse fehlen, es kann sich aber im Laufe seiner Nachrichtennutzung bspw. daran gewöhnt haben, dass politische Nachrichten eher personalisiert vermittelt werden. Aus diesem Grund reagiert es vielleicht eher auf die mit einem Issue assoziierten Personen und damit auf den Nachrichtenfaktor Personalisierung.

Da mithin eine eindeutige Vorhersage des moderierenden Einflusses der medialen Rahmenbedingungen nicht möglich ist, soll hier zunächst eine ungerichtete Hypothese geprüft werden:

H1: Der Zusammenhang zwischen Nachrichtenfaktoren und Kommentaranzahl variiert zwischen Nachrichtenwebsites mit unterschiedlicher Regulierung der Kommentarfunktion.

Wie der Einfluss einzelner Nachrichtenfaktoren ggf. genau variiert, soll im Rahmen einer offenen Forschungsfrage geklärt werden:

FF1: Wie verändert sich der Einfluss der einzelnen Nachrichtenfaktoren auf die Anzahl der Kommentare zwischen Websites mit unterschiedlicher Regulierung der Kommentarfunktion?

Wenn die oben getroffenen Annahmen zu den Partizipationshürden korrekt sind, sollte sich der Einfluss der Nachrichtenfaktoren bei strikteren Regulierungen der Kommentierungsfunktion abschwächen.

3 Forschungsdesign und Methode

Die Beantwortung der Forschungsfrage und die Hypothesenprüfung erfolgten auf Basis einer Inhaltsanalyse der politischen Berichterstattung journalistischer Online-Angebote.¹

Der Gegenstandsbereich wurde auf deutsche Angebote beschränkt und die auszuwählenden Online-Nachrichtenangebote mussten 1) über eine beitragsbezogene Kommentarfunktion verfügen und sich 2) in der Regulierung ihrer Kommentarfunktion unterscheiden. Die Auswahlgrundlage bildete ein Reichweitenranking deutscher Online-Angebote (AGOF 2008). Die Liste wurde auf Online-Zeitungen reduziert, weil diese für die Nachrichtennutzung online am relevantesten sind (van Eimeren/Frees 2008). Die drei reichweitenstärksten Online-Zeitungen, die den Anforderungen genügten, bilden das Mediensample:

- *Welt.de*: Eine Registrierung oder Identifikation als Voraussetzung des Kommentierens war im Untersuchungszeitraum dort nicht notwendig und es gab keine Moderation der Nutzerkommentare.
- *FOCUS online*: Eine Registrierung als Nutzer war auch dort nicht notwendig, die von den Nutzern verfassten Kommentare wurden aber vor der Veröffentlichung prinzipiell durch Moderatoren überprüft.
- *sueddeutsche.de*: Um Kommentieren zu können, war dort eine Registrierung und Identifikation notwendig. Es gab keine Vorprüfung der von den Nutzern geposteten Kommentare, diese wurden aber kontinuierlich nach der Veröffentlichung durch Moderatoren überwacht.

Der Untersuchungszeitraum umfasst den Oktober und November des Jahres 2008. Zur Bestimmung der Zugriffszeitpunkte auf die Angebote wurde pro Monat eine künstliche Woche gebildet und für jeden Zugriffstag per Zufall eine Zugriffsuhrzeit bestimmt. Zu jedem der Zugriffszeitpunkte wurde mit Hilfe eines Web-Crawlers auf die Angebote zugegriffen und ausgehend von 1) der Homepage der Website und 2) den Startseiten des Politikressorts über eine Verlinkungsstufe alle Seiten heruntergeladen. Dar-

¹ Aufgrund des begrenzten Platzes werden hier nur die wichtigsten Eckdaten der methodischen Umsetzung vorgestellt. Ausführlichere Erläuterungen dazu finden sich bei Weber (2012b).

aus resultierte eine Auswahlgrundlage von 3.753 Seiten für die Codierung, von denen zufällig 1.000 ausgewählt wurden. 940 davon wurden zufällig auf die Codierer aufgeteilt, die verbleibenden 60 codierten alle Codierer zum Zwecke eines Reliabilitätstests während der Codierphase.

Vier Gruppen von Variablen wurden erhoben²:

- 1) Technische Variablen auf Seitenebene: Die *Website*, die *Seitenart*³ und der *Publikationszeitpunkt* eines Beitrags.
- 2) Variablen die erfassen, wie prominent der Teaser eines Beitrags auf der Homepage (HP) und der Ressortstartseite (RSS) verlinkt war ($\emptyset C_r=,92$; 4 Codierer; 53 Beiträge): Existenz und Prominenz der *Teaserplatzierung* sowie Existenz und relative Größe der *Teaserillustration*, der *Teaserüberschrift* und des *Teasertexts*.
- 3) Nachrichtenfaktoren der Beiträge (Operationalisierung auf Basis von Eilders 1997, $\emptyset C_r=,75$; 9 Codierer; 58 Beiträge): *deutsche Beteiligung* (Intensität des Bezugs zur nationalen Eigengruppe), *Frequenz/Dauer* (zeitliche Eingrenzbarekeit des berichteten Sachverhalts), *Einfluss* (Machtbereich des zentralen Akteurs), *Prominenz* (Bekanntheit einer Person), *Personalisierung* (Verbindung des berichteten Sachverhalts mit Einzelpersonen), *Kontroverse* (Gewalttätigkeit der Auseinandersetzung), *Überraschung* (Erwartungswidrigkeit), *Reichweite* (soziale Betroffenheitsreichweite), *Nutzen* (positive Auswirkungen), *Schaden* (negative Auswirkungen), *Faktizität* (Situationsanalysen vs. Fokus auf Handlungen), *Etablierung von Themen* (Bezug zu einem eingeführten Thema).
- 4) Als abhängige Variable wurde die *Anzahl der Kommentare* pro Beitrag erfasst ($C_r=,99$; 7 Codierer; 53 Beiträge).

Zur Verdichtung der erhobenen Teasereigenschaften wurde eine Hauptkomponentenanalyse durchgeführt ($KMO=,81$; Bartlett χ^2 (28)=10468,8, $p<,001$). Zwei Faktoren mit Eigenwerten größer eins wurden extrahiert, die

² C_r gibt im Folgenden jeweils die durchschnittliche Intercodierreliabilität (nach Früh 2001) der Variablengruppe an, siehe zur Operationalisierung ausführlich Weber (2012b).

³ Die Seitenart ist die zentrale Filtervariable. Eine weitere Codierung erfolgte nur, wenn es sich um eine Beitragsseite handelte, also eine Seite auf der ein journalistischer Artikel veröffentlicht war.

zusammen knapp 89 Prozent der Gesamtstreuung erklären. Die Faktorladungsmatrix weist eine Einfachstruktur auf (Hauptladungen $\geq,71$; Nebenladungen $<,3$): Der erste Faktor fasst die Teasereigenschaften auf der Homepage und der zweite die Teasereigenschaften auf der Ressortstartseite zusammen. Die berechneten Faktorwerte wurden als Beachtungsgrad-Indizes (BGI) für die Prominenz der Verlinkung eines Beitrags auf der Homepage (BGI-HP, Cronbachs α der vier Variablen $=,97$) und auf der Ressortstartseite (BGI-RSS, Cronbachs α der vier Variablen $=,92$) verwendet.

Die Differenz zwischen dem Zugriffszeitpunkt und dem Publikationszeitpunkt eines Beitrags wurde als Maß der Expositionsdauer berechnet.

Die Daten wurden mit Hilfe von Negativ-Binomial-Regressionsmodellen für Zähldaten analysiert (zur Regressionsanalyse von Zähldaten vgl. Weber/Kühne 2013).

4 Ergebnisse

Im Rahmen der Codierung wurden die Modellvariablen vollständig für $n=559$ Nachrichtenbeiträge erfasst. Ein Beitrag wurde im Durchschnitt 26,39-mal kommentiert ($SD=32,01$; $Min=0$; $Max=185$).

4.1 Generelle Variabilität des Einflusses von Nachrichtenfaktoren

Zunächst wurde ein Basismodell geschätzt, in dem die Kommentaranzahl durch die Nachrichtenfaktoren und Kontrollvariablen (Website, Expositionsdauer, BGI-HP, BGI-RSS) vorhergesagt wird. Das Basismodell ist signifikant (Log-Likelihood=-2516,61; $lq \chi^2 (16)=391,72$, $p<,001$; $\alpha=2,61$, $SE=,14$) und dient als Referenzmodell für die Prüfung von H1.

Zur Hypothesenprüfung mussten Interaktionen zwischen den Nachrichtenfaktoren und der Website im Modell berücksichtigt werden. Da *Website* eine kategoriale Variable ist, ist sie durch zwei Dummy-Variablen im Modell repräsentiert, wobei *Welt.de* (Kommentarmanagement: keine Nutzerregistrierung, keine Moderation) als Referenzkategorie fungiert. Ins Interaktionsmodell wurden dann pro Nachrichtenfaktor zwei Interaktionsterme aufgenommen: *Nachrichtenfaktor* \times *FOCUS Online* (keine Registrierung, Kommentarprüfung vor Veröffentlichung) und *Nachrichtenfaktor* \times *sueddeutsche.de* (Registrierung erforderlich, Kommentarprüfung nach Veröffentlichung). Der

geschätzte Koeffizient des ersten Interaktionsterms quantifiziert entsprechend die Veränderung des Effekts des Nachrichtenfaktors auf *FOCUS Online* gegenüber *welt.de*; der des zweiten Interaktionsterms die Veränderung auf *sueddeutsche.de* gegenüber der Referenzkategorie.

Das Interaktionsmodell ist insgesamt signifikant (Log-Likelihood = -2456,58; $lq \chi^2 (40) = 511,78$, $p < ,001$; $\alpha = 2,21$, $SE = ,12$). Gemessen an Nagelkerkes R^2 resultierte aus der Aufnahme der Interaktionsterme ins Basismodell ein Prognosegewinn von 0,1 ($R^2_{\text{Nagelkerke}}$ des Interaktionsmodells = 0,60). Ein Log-Likelihood-Quotienten-Test, der Basis- und Interaktionsmodell vergleicht, zeigt, dass dieser Zugewinn signifikant ist ($lq \chi^2 (12) = 120,06$, $p < ,001$). Da dies impliziert, dass die Koeffizienten der Interaktionsterme nicht simultan null sind, ist der Befund konsistent mit H1: Der Effekt der Nachrichtenfaktoren auf die Kommentaranzahl variiert zwischen Websites mit unterschiedlichem Kommentarmanagement.

4.2 Variabilität des Einflusses der einzelnen Nachrichtenfaktoren

Für diejenigen Nachrichtenfaktoren, für die unter Kontrolle aller von den Websites ausgehenden Effekte bereits ein Einfluss nachgewiesen ist (Weber 2012a), wird zur Beantwortung von FF1 im Folgenden anhand der Interaktionseffekte im Modell geprüft, ob und wie ihr Einfluss variiert. Um die Interpretation zu erleichtern, werden die geschätzten Koeffizienten als Änderungsfaktoren (incidence-rate-ratio, kurz IRR) angegeben. Da wir erwarten, dass sich der Effekt der Nachrichtenfaktoren bei strengerem Kommentarmanagement verkleinert, würden signifikante Koeffizienten der Interaktionsterme, die kleiner als eins sind, diese Vermutung stützen.

Der Effekt des Nachrichtenfaktors *deutsche Beteiligung* variiert nicht zwischen den Websites: Weder die Veränderung des Einflusses auf *FOCUS online* noch auf *sueddeutsche.de* gegenüber *welt.de* ist signifikant. Das gleiche gilt für die Nachrichtenfaktoren *Kontroverse* und *Faktizität*. Auch ihr Einfluss variiert nicht signifikant zwischen den Websites.

Der Effekt von *Frequenz/Dauer* dagegen variiert zwischen den Websites: Auf *FOCUS online* sind bei zeitlich klar abgrenzbaren Ereignissen (hohe Frequenz) nur 0,41-mal so viele Kommentare zu erwarten wie auf *welt.de* ($IRR_{\text{Frequenz/Dauer} \times \text{FOCUS online}} = ,41$; $p < ,05$) – mit anderen Worten: Die Erhöhung

der Partizipationshürden auf dieser Website reduziert den Effekt um 59 Prozent im Vergleich zur Website ohne Partizipationshürden. Der Effekt verändert sich tendenziell auch auf *sueddeutsche.de* in gleicher Richtung ($IRR_{\text{Frequenz/Daner} \times \text{sueddeutsche.de}} = ,52$; $p < ,10$). Dem gleichen Muster folgend reduzieren sich auch die Effekte von *Überraschung* und *Reichweite* auf Websites, deren Kommentarmanagement entweder eine Vorprüfung der Kommentare und/oder eine Nutzerregistrierung inkl. Nachprüfung der Kommentare einschließt: Der Effekt von *Überraschung* verringert sich auf *sueddeutsche.de* ($IRR_{\text{Überraschung} \times \text{sueddeutsche.de}} = ,11$; $p < ,01$), aber nicht auf *FOCUS online*. Der Effekt der *Reichweite* verringert sich auf beiden Websites ($IRR_{\text{Reichweite} \times \text{FOCUS online}} = ,37$; $p < ,05$; $IRR_{\text{Reichweite} \times \text{sueddeutsche.de}} = ,51$; $p < ,10$) gegenüber der Referenzwebsite mit dem liberalsten Kommentarmanagement.

Für den Nachrichtenfaktor *Schaden* zeigt das Modell ein anderes Interaktionsmuster: Im Vergleich zum Effekt auf der Referenzwebsite *verstärkt* sich der Effekt auf *sueddeutsche.de* ($IRR_{\text{Schaden} \times \text{sueddeutsche.de}} = 3,70$; $p < ,01$), nicht aber auf *FOCUS online*. Im Gegensatz zu den anderen Nachrichtenfaktoren scheint also ein weniger liberales Kommentarmanagement, insbesondere wenn es die Notwendigkeit der Registrierung beinhaltet, den Effekt dieses Nachrichtenfaktors zu *intensivieren*.

Weiterhin sind zwei Interaktionen mit Nachrichtenfaktoren signifikant, die unter Kontrolle aller von den Websites ausgehender Einflüsse keinen Effekt auf die Kommentaranzahl haben (Weber 2012a): $IRR_{\text{Einfluss} \times \text{sueddeutsche.de}} = 1,77$; $p < ,05$ und $IRR_{\text{Prominenz} \times \text{sueddeutsche.de}} = ,06$; $p < ,01$. Die Nachrichtenfaktoren *Einfluss* und *Prominenz* scheinen damit websitespezifische Einflüsse auf die Kommentierungsintensität zu entfalten.

4.3 Effekte der Nachrichtenfaktoren auf den einzelnen Websites

Zur Exploration der websitespezifischen Effekte wurde pro Website ein separates Regressionsmodell mit den Kontrollvariablen und Nachrichtenfaktoren als Prädiktoren geschätzt (vgl. Tabelle 1).

Der Nachrichtenfaktor *Einfluss* hat nur auf *sueddeutsche.de* einen positiven Effekt auf die Kommentaranzahl, aber auf keiner weiteren der untersuchten Websites. Bei einer Steigerung des Machtbereichs des zentralen in einem Artikel vorkommenden Akteurs von der lokalen auf die regionale oder auf

Patrick Weber

die nationale und internationale Ebene sind auf *sueddeutsche.de* 1,73-mal so viele, also 73 Prozent mehr Nutzerkommentare pro Artikel zu erwarten.

Prominenz hat auf *welt.de* und *sueddeutsche.de* einen unterschiedlichen Effekt: Während gemäß Modellschätzung auf *welt.de* beim Vorkommen prominenter Personen mehr als zweimal so viele Kommentare zu erwarten sind als bei Fehlen prominenter Personen, sind auf *sueddeutsche.de* in diesem Fall knapp 80 Prozent *weniger* Kommentare zu erwarten.

Tabelle 1: IRRs der Negativ-Binomial-Regressionsmodelle

	welt.de <i>n</i> =205 <i>MW</i> =38,72 <i>SD</i> =39,47 Min=0 Max=185	FOCUS online <i>n</i> =167 <i>MW</i> =29,30 <i>SD</i> =24,71 Min=0 Max=124	sueddeutsche <i>n</i> =187 <i>MW</i> =10,26 <i>SD</i> =19,57 Min=0 Max=146
Deutsche Beteiligung	1,74 ** (0,18)	1,18 # (0,10)	1,56 ** (0,22)
Frequenz/Dauer	2,50 ** (0,59)	0,90 (0,21)	1,33 (0,44)
Einfluss	0,98 (0,16)	1,05 (0,15)	1,73 * (0,44)
Prominenz	2,74 * (1,16)	1,23 (0,48)	0,21 ** (0,10)
Personalisierung	0,67 (0,18)	0,74 (0,25)	1,47 (0,68)
Kontroverse	1,08 (0,19)	1,14 (0,21)	0,92 (0,23)
Überraschung	1,30 (0,37)	0,73 (0,22)	0,14 ** (0,07)
Reichweite	2,01 ** (0,52)	0,74 (0,17)	1,20 (0,46)
Nutzen	0,87 (0,21)	1,42 # (0,30)	1,22 (0,45)
Schaden	0,81 (0,15)	0,95 (0,19)	2,92 ** (0,76)
Faktizität	0,29 ** (0,09)	0,96 (0,24)	0,42 # (0,20)
Themenetablierung	1,37 (0,37)	1,41 (0,32)	0,61 (0,24)
α	2,11 (0,18)	1,43 (0,14)	3,33 (0,35)
Log-Likelihood	-1024,59	-801,92	-607,71
<i>lq</i> χ^2 (<i>df</i>)	209,41 (14)**	73,11 (14)**	53,80 (14)**
$R^2_{Nagelkerke}$	0,64	0,36	0,25

Anmerkung: Standardfehler in Klammern. Expositionsdauer, BGI-HP und BGI-RSS kontrolliert. Die Modelle enthalten eine Konstante. #*p*<.1, **p*<.05, ***p*<.01.

Die websiteindividuellen Modelle zeigen zudem, dass die einzelnen Nachrichtenfaktoren nur auf *welt.de* und/oder *sueddeutsche.de* die Kommentaranzahl beeinflussen. Auf *FOCUS online* hat keiner der Nachrichtenfaktoren einen signifikanten Einfluss auf die Kommentaranzahl pro Beitrag. Lediglich für *deutsche Beteiligung* und *Nutzen* zeigen sich marginal signifikante positive Effekte. *FOCUS online* ist die einzige Website im Sample, bei der es eine Vorprü-

fung der Kommentare durch Moderatoren gibt. Diese führt offensichtlich dazu, dass keine systematischen Zusammenhänge zwischen inhaltlichen Merkmalen der Beiträge (Nachrichtenfaktoren) und der Kommentaranzahl gegeben sind.

5 Fazit und Diskussion

Die Ergebnisse zeigen, dass die Einflüsse der Nachrichtenfaktoren *deutsche Beteiligung*, *Kontroverse* und *Faktizität* nicht zwischen den Websites variieren. Die medialen Rahmenbedingungen der Nutzerbeteiligung moderieren den Zusammenhang zwischen diesen Nachrichtenfaktoren und Partizipation also nicht. Die Effekte der Nachrichtenfaktoren *Frequenz/Dauer*, *Überraschung* und *Reichweite* hingegen werden von den medialen Rahmenbedingungen moderiert und reduzieren sich auf Websites mit einem weniger liberalen Kommentarmanagement. Dieser Befund lässt sich in Übereinstimmung mit bisherigen Forschungsergebnissen und den hier explizierten theoretischen Annahmen interpretieren: Während diese Nachrichtenfaktoren die individuelle Kommentierungsbereitschaft durchaus beeinflussen könnten, hängt es von den websitespezifischen Bedingungen der Partizipation ab, in welchem Ausmaß sich dies tatsächlich in Kommentaren niederschlägt. Durch die Notwendigkeit, sich als Nutzer zu registrieren, ist Partizipation mit höheren Kosten verbunden und ein Kommentarmanagement mit Prüfung der verfassten Kommentare durch Moderatoren führt eine Unsicherheit darüber ein, ob die Handlung (Verfassen des Kommentars) tatsächlich den gewünschten Effekt (einen öffentlich sichtbaren Kommentar zu hinterlassen) haben wird. Durch das striktere Kommentarmanagement sehen dann vermutlich mehr Nutzer davon ab, tatsächlich zu kommentieren, sodass sich auf Aggregatebene die Einflüsse der Nachrichtenfaktoren verringern. Damit reduzieren die medialen Rahmenbedingungen das Ausmaß an Partizipation, das aufgrund der Eigenschaften eines berichteten politischen Ereignisses eigentlich zu erwarten wäre. Insbesondere die Reduktion des Effekts der *Reichweite* verdeutlicht, dass man diesen Befund unter öffentlichkeitstheoretischer Perspektive durchaus kritisch bewerten kann: Gerade von politischen Ereignissen und Sachverhalten, die Konsequenzen für klar definierbare soziale Gruppen und Kategorien haben, wäre eine öffentlich sichtbare Diskussion unter Beteiligung vieler Akteure und damit Sichtweisen zur Organisation der öffentlichen

Meinungsbildung auch im Rahmen der reichweitenstarken Leserkommentare sicher wünschenswert. Durch wenig liberale Rahmenbedingungen für Nutzerpartizipation werden aber die in diesen Foren möglichen diskursiven Leistungen von vornherein begrenzt.

Überraschenderweise zeigen die Ergebnisse ein anderes Interaktionsmuster für den Nachrichtenfaktor *Schaden*: Sein Einfluss auf die Kommentierungsintensität *verstärkt* sich bei einem weniger liberalen Kommentarmanagement, insbesondere wenn es eine Registrierung und persönliche Identifikation als Voraussetzung des Kommentierens beinhaltet. Sind die Hürden für Partizipation wie in diesem Fall hoch, scheint *Schaden* dazu zu führen, dass diese Hürden genommen werden und trotzdem kommentiert wird.

Ein weiterer Hauptbefund der Studie ist, dass die Nachrichtenfaktoren *Einfluss* und *Prominenz* offensichtlich websitespezifische Effekte entfalten. Die Nutzerschaft von *welt.de* und *sueddeutsche.de* reagiert unterschiedlich auf diese Nachrichtenfaktoren: Beim Vorkommen Prominenter reagiert erstere mit mehr Kommentaren, letztere mit weniger, dafür aber mit mehr Kommentaren beim Vorkommen einflussreicher und mächtiger Akteure. Künftige Forschung sollte angesichts dieser Befunde untersuchen, wie solche websitespezifischen Effekte zu Stande kommen.

Schließlich erwies sich eine Variante des Kommentarmanagements als besonders folgenreich für die Zusammenhänge zwischen Nachrichtenfaktoren und Kommentaranzahl: Wenn das Management eine Vorprüfung der Kommentare beinhaltet, sind keine systematischen Zusammenhänge mehr feststellbar. Die Forschung zur Wirkung von Leserkomentaren zeigt u. a., dass die reine Anzahl der Kommentare für Nutzer ein Indikator der Relevanz des behandelten Sachverhalts ist (Ash et al. 2010). Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Validität dieses Indikators davon abhängig ist, wie die Kommentarfunktion reguliert wird: Durch Moderation und insbesondere Vorkontrolle verschwinden systematische Zusammenhänge zwischen den Eigenschaften eines berichteten Sachverhalts und der Kommentaranzahl. In diesem Fall könnte es dazu kommen, dass Nutzer bei Anwendung einer einfachen Urteilsheuristik verzerrte Vorstellungen davon entwickeln, wie wichtig anderen Nutzern ein Thema und wie relevant der Sachverhalt ist.

Angesichts dieser Befundlage kann auch die inhaltsanalytische Forschung zu Leserkommentaren nicht weiterhin (z.B. Boczkowski/Mitchelstein 2012) davon ausgehen, dass die Häufigkeit der Kommentierungen von Beiträgen zwangsläufig ein valider Indikator für bestimmte Publikumsreaktionen auf diese Beiträge ist. Insbesondere bei wenig liberalem Kommentarmanagement spiegeln Kommentierungshäufigkeiten bis zu einem gewissen Grad vermutlich auch die Selektionslogiken der Kommentarredaktion. In inhaltsanalytischen Studien ist deshalb eine Datenerhebung auf mehreren Websites und eine Kontrolle der medialen Rahmenbedingungen in der Datenanalyse ratsam (vgl. auch Weber 2012a, b).

Die Befunde der vorliegenden Studie zeigen insgesamt, dass der mediale Kontext eine relevante Randbedingung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren auf die Kommentaranzahl darstellt. Der moderierende Einfluss wurde hier als ein Effekt unterschiedlich liberalen Kommentarmanagements auf das Ausmaß an Nutzerpartizipation interpretiert. Einschränkend ist aber festzuhalten, dass Alternativerklärungen für die gefundenen Effekte aufgrund des gewählten Forschungsdesigns nicht ausgeschlossen werden können. Beim Sampling wurden zwar Online-Zeitungen ausgewählt, die sich idealtypisch hinsichtlich des Kommentarmanagements unterscheiden. Allerdings sind weitere Unterschiede zwischen den ausgewählten Websites denkbar, die Erklärungen für die gefundenen Unterschiede zwischen den Nachrichtenwebsites liefern könnten. Für die hier angebotene Erklärung spricht, dass die Moderationseffekte größtenteils dem vermuteten Muster folgen (der Einfluss von Nachrichtenfaktoren auf die Kommentaranzahl schwächt sich auf Websites mit weniger liberalem Kommentarmanagement ab). Ob dieser Moderationseffekt aber tatsächlich durch die vorgeschlagenen Mechanismen auf Ebene der handelnden Rezipienten zustande kommt, sollte durch künftige Forschung geklärt werden. So könnte bspw. auf Basis von Experimentaldesigns untersucht werden, inwieweit inhaltliche Merkmale journalistischer Beiträge wie Nachrichtenfaktoren tatsächlich individuelle Kommentierungsintentionen beeinflussen und ob mediale Randbedingungen wie die Gestaltung der Kommentarfunktion tatsächlich verhaltensinhibierend wirken.

Wie in jeder empirischen Forschung ist die Generalisierbarkeit der hier erzielten Befunde begrenzt: Streng genommen können die Ergebnisse nur auf das Kommentieren der politischen Berichterstattung auf den ausgewählten Nachrichtenwebsites im Untersuchungszeitraum verallgemeinert werden.

Patrick Weber

Künftige Forschung sollte deshalb auch versuchen, die Befunde auf Basis umfangreicherer Stichproben zu replizieren und den Gegenstandsbereich zu erweitern.

Literatur

- AGOF (2008): internet facts 2008-II. Berichtsband – Teil 2 zur internet facts 2008-II. <http://www.agof.de/index.download.d55c96c3272b95a7a210cd9ce332ae49.pdf> (09.03.2011).
- Ash, E. M./Peeling A./Hettinga, K. E. (2010): Does content matter? The effects of type and number of user-generated comments on news stories. http://www.personal.psu.edu/keh242/blogs/hettinga_teaching_portfolio/517%20Final%20Paper%20Master.pdf (30.05.2012).
- Boczkowski, P. J./Mitchelstein, E. (2012): How users take advantage of different forms of interactivity on online news sites: Clicking, e-mailing, and commenting. In: *Human Communication Research* 38, 1-22.
- Diakopoulos, N./Naaman, M. (2011): Topicality, time, and sentiment in online news comments. In: Tan, D./Amershi, S./Begole, B./Kellogg, W. A./Tungare, M. (Eds.): *Proceedings of the 2011 annual conference extended abstracts on Human factors in computing systems*. New York: ACM, 1405-1410.
- Domingo, D./Quandt, T./Heinonen, A./Paulussen, S./Singer, J. B./Vujnovic, M. (2008): Participatory journalism practices in the media and beyond. In: *Journalism Practice* 2, 326-342.
- Douai, A./Nofal, H. K. (2012): Commenting in the online Arab public sphere: Debating the Swiss minaret ban and the “Ground Zero Mosque” online. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 17, 266-282.
- Eilders, C. (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eimeren, B. van/Frees, B. (2008): Internetverbreitung: Größter Zuwachs bei Silver-Surfern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. In: *Media Perspektiven* (7), 330-344.
- Emmer, M./Vowe, G./Wolling, J./Seifert, M. (2011): *Bürger online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Engesser, S. (2010): Barrieren medialer Partizipation: Ergebnisse eines explorativen Feldexperiments. In: Wolling, J./Seifert, M./Emmer, M. (Hrsg.): *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess*. Baden-Baden: Nomos, 151-167.
- Früh, W. (2001): *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. (5., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK.
- Gerhards, J./Neidhardt, F. (1991): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. In: Müller-Doohm, S./Neumann-Braun, K. (Hrsg.):

- Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität, 31-90.
- Ho, S. S./McLeod, D. M. (2008): Social-psychological influences on opinion expression in face-to-face and computer-mediated communication. In: *Communication Research* 35, 190-207.
- Lee, E.-J./Jang, Y. J. (2010): What do others' reactions to news on internet portal sites tell us? Effects of presentation format and readers' need for cognition on reality perception. In: *Communication Research* 37, 825-846.
- Neuberger, C. (2008): Internet und Journalismusforschung. Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In: Quandt, T./Schweiger, W. (Hrsg.): *Journalismus online - Partizipation oder Profession?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 17-42.
- Peters, B. (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Neidhardt, F. (Hrsg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 42-76.
- Reich, Z. (2011): User comments. The transformation of participatory space. In: Singer, J. B./Hermida, A./Domingo, D./Heinonen, A./Paulussen, S./Quandt, T./Reich, Z./Vujanovic, M.: *Participatory journalism. Guarding Open Gates at online newspapers*. West Sussex: Wiley-Blackwell, 96-117.
- Springer, N. (2011): Suche Meinung, biete Dialog? Warum Leser die Kommentarfunktion auf Nachrichtenportalen nutzen. In: Wolling, J./Will, A./Schumann, C. (Hrsg.): *Medieninnovationen. Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern*. Konstanz: UVK, 247-264.
- Tsakias, M./Weerkamp, W./Rijke, M. de (2009): Predicting the volume of comments on online news stories. In: Cheung, D. (Ed.): *Proceedings of the ACM 18th international conference on information and knowledge management*. Hong Kong u. a.: ACM, 1765-1768.
- Weber, P. (2012a): Der virtuelle Stammtisch. Determinanten interpersonal-öffentlicher Kommunikation auf Nachrichtenwebsites. In: Ockenfeld, M./Peters, I./Weller, K. (Hrsg.): *Social Media und Web Science. Das Web als Lebensraum. Proceedings der 2. DGI-Konferenz/64. Jahrestagung der DGI*. Frankfurt, 457-459.
- Weber, P. (2012b): Nachrichtenfaktoren und User Generated Content. Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 60, 218-239.
- Weber, P./Kühne, R. (in Druck): Zählraten und ihre Analyse in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung. In: Naab, T. K./Schlütz, D./Möhring, W./Matthes, J. (Hrsg.): *Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung*. Köln: von Halem.



Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments

new media & society

0(0) 1–17

© The Author(s) 2013

Reprints and permissions:

sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav

DOI: 10.1177/1461444813495165

nms.sagepub.com



Patrick Weber

University of Zurich, Switzerland

Abstract

Posting comments on the news is one of the most popular forms of user participation in online newspapers, and there is great potential for public discourse that is associated with this form of user communication. However, this potential arises only when several users participate in commenting and when their communication becomes interactive. Based on an adaption of Galtung and Ruge's theory of newsworthiness, we hypothesized that a news article's news factors affect both participation levels and interactivity in a news item's comments section. The data from an online content analysis of political news are consistent with the hypotheses. This article explores the ways in which news factors affect participation levels and interactivity, and it discusses the theoretical, normative, and practical implications of those findings.

Keywords

Interactivity, news factors, online discussion value, participation, participatory journalism, public sphere, user comments, user-generated content

Introduction

Based on the implementation of Web2.0 technologies in online newspapers, we are witnessing an increase in user-generated content in online news that supplements professionally

Corresponding author:

Patrick Weber, Institute of Mass Communication and Media Research, University of Zurich, Andreasstrasse 15, CH-8050 Zurich, Switzerland.

Email: p.weber@ipmz.uzh.ch

generated journalistic content. There are a variety of website features that enable user participation, with commentary and debate spaces currently being the most widely offered participation opportunities in online newspapers (Domingo et al., 2008). Commenting on the news is the most common form of participation in contemporary news use, and it is certainly one of the most common forms of citizen engagement online (Emmer et al., 2011).

Reader comments are especially interesting from the normative perspective of deliberative digital democracy, which revolves around the question of whether internet-based interactive technologies support 'the extension of a deliberative democratic public sphere of rational communication and public opinion formation' (Dahlberg, 2011: 589). Online mass media such as news websites are particularly important forums in the public sphere because they have the ability to communicate collectively relevant issues to large audiences and to facilitate the formation of public opinion (Gerhards and Schäfer, 2010). As in traditional offline mass media, the processes of selecting information, evaluations and views, and synthesizing and representing them in publicly accessible content and thereby shaping public opinion has generally been the domain of professional communicators. However, by providing commentary and debate spaces, online newspapers create the opportunity for active communication that is easy and accessible for ordinary users in these important forums of the public sphere. This opportunity opens up prospects for the visible and public discursive processing of news issues by readers. However, the potentials for quality discourse emerge only when a substantial amount of users participate in commenting on a news item and when there is a certain degree of interactivity among the users' comments, i.e. the degree to which users' comments refer to prior message transmissions (Kioussis, 2002). Therefore, the general questions pursued here address the ways in which news content might affect participation levels and interactivity in an article's comments section. From the perspective of digital deliberative democracy, this question is particularly relevant for political news, and we seek to discover which features of a political news event trigger or limit participation and interactivity.

Literature review: reader comments in online newspapers

The bulk of the research on reader comments is conducted in studies on participatory journalism where comments are treated as one of several modes of participation. In general, this research focuses on the appraisals of user participation by journalists, the adoption of participation features on news websites, the management of user-generated content and the reasons for the adoption of different management strategies (Diakopoulos and Naaman, 2011b; Nielsen, 2012 and Reich, 2011 explicitly address comments). Other areas of interest are the content of reader comments (e.g. Diakopoulos and Naaman, 2011a; Douai and Nofal, 2012; McCluskey and Hmielowski, 2012) and the influence of reader comments on users' perceptions and judgments (e.g. Lee and Jang, 2010). Additionally, information about the readers and writers of comments is beginning to accumulate (Bergström, 2008; Diakopoulos and Naaman, 2011b; Emmer et al., 2011; Hujanen and Pietikäinen, 2004; Springer, 2011), and the research explores the influence of different comment management strategies on commenting (Weber, 2013).

The research on the influence of journalistic content on reader comments is scarce, but it has already identified certain news content features that affect the amount of

commentary. Tsagkias et al. (2009) found that the exclusiveness of topics, persons and places covered in a news article, as well as the use of distinctive and well-known names for these entities, predict the amount of comments more effectively than formal features such as article length. Focusing on story sentiment, Diakopoulos and Naaman (2011a) found that articles dealing with positive topics tend to have fewer comments per article. Boczkowski and Mitchelstein (2012) explored the role of topics and showed that the most-commented articles tend to focus on public affairs articles (in particular politics) and that this effect is intensified during periods of heightened political activity. Weber (2012a) showed that news events with a high social impact and a determinable temporal structure, and if they are controversial, negative and involve the own nation, attract more comments, whereas an unexpected news event, especially one that is covered using a highly factual presentation style, will decrease the amount of commentary. Furthermore, in international news, the status and proximity of a covered country will influence the number of reader comments per article (Weber, 2012b).

The present paper extends this line of research by taking a more discriminating view of reader comments. The focus of extant research is on explaining the aggregate number of reader comments that, in principle, results from a) the number of readers participating in commenting and b) the interactivity among reader comments, or rather, the number of comments posted by each participating reader. The aggregate number of comments increases with both measures, and thus far, it is unknown by which mechanism – increased participation or interactivity – journalistic content influences the amount of commentary. Both mechanisms could be equally, but also differently, affected by the same content features and, moreover, individual characteristics of journalistic content could only affect one of them. To provide a theoretical basis for the exploration of these relationships, in the following section, we will provide a comprehensive account of relevant news content features and relate them to the two measures.

News factors and user comments

The theory of newsworthiness (Galtung and Ruge, 1965) provides a comprehensive set of news characteristics. Based on the principles of the psychology of perception, Galtung and Ruge (1965) derived the qualities of events that influence the likelihood for them to become news. They proposed 12 of these qualities, referred to as news factors, among them *frequency* (temporal structure of an event), *meaningfulness* (as indicated by the proximity and impact of a news event), *unexpectedness*, *continuity* (the relation of an event to established issues), *power* and *influence*, reference to (often prominent) *persons*, and *negativity*, as indicated by damage or conflict. In the literature, there have been several differentiations of this taxonomy adhering to the core concepts (Eilders, 2006).

Galtung and Ruge (1965) assumed that news factors operate in the whole news system, serving both as journalistic selection criteria (in the decision to publish a news item about an event) and as criteria that influence audience response to these news items (ranging from selective exposure to the selective memory of news). They propose a positive influence of each news factor on selection for the first stages of news diffusion (i.e. journalistic selection), an additive impact of news factors on selection, as well as the ways in which news factors are replicated and accentuated in each representation of the

news event in the process of news diffusion. Today, there is ample empirical evidence of the influence of news factors on journalistic selection as well as on the audience's selective media use and selective retention of news items (Eilders, 2006).

So why investigate the influence of the news factors on participation levels and interactivity? An established finding of the research on the theory of newsworthiness is that news factors do influence journalistic selection and shape the presentation of news events (Eilders, 2006). In this respect, news factors are typical content features of news. Furthermore, the literature offers a comprehensive catalogue of news features and has already found systematic relationships between news factors and the overall number of comments. Finally, in the discourse on media performance, some factors are considered to be criteria for the (societal) relevance of media content (McQuail, 1999), and, from the perspective of deliberative digital democracy, it is of value to determine if a higher amount of participation and interactivity in readers' comments can be expected with important political issues.

With regard to the amount of participation, a hypothesis on the influence of the news factors will be derived from following assumptions. These assumptions are grounded in Eilders' (2006) conceptualization of news factors as collective relevance indicators, i.e. as perceived content features that *concurrently* lead people to assign relevance to a reported event (Shoemaker and Cohen (2006) provide a similar approach). According to this approach, news factors influence both the allocation of cognitive resources (i.e. focal attention) and the activation of existing knowledge during the reception of news, and they thereby generate relevance assignment for three reasons. First, it is assumed that the allocation of attention and processing resources on certain stimuli became automatic through the course of evolution because it was associated with a relative increase in fitness. Hence, the automatic assignment of relevance to events that are associated with *damage* or *conflict*, are *unexpected* and have *factual consequences* is a result of biological evolution. Second, with respect to socialization it is assumed that people assign relevance based on their social identity and focus their attention on events that are significant for their role in society or events that are connected to collective values and norms. Therefore, relevance is assigned to events that are related to the own *national or social group*, events where *powerful* persons or institutions are involved or that have *positive or negative consequences* on the societal level. Finally, it is assumed that events that are related to a user's prior knowledge and experience can be contextualized and processed more fluently, which affects relevance attribution. Hence, for events that are associated with issues that have already been *established* in preceding news coverage, the assignment of relevance is much more likely.

Based on this conceptualization of news factors, we assume that perceived relevance is a prerequisite for commenting. Only news that is deemed relevant and involves the user will increase the willingness to comment on it (Diakopoulos and Naaman, 2011b; Springer, 2011). This assumption is also supported by research showing that involvement increases the willingness to express one's opinion (Lasorsa, 1991; Shamir, 1997). As *collective* relevance indicators, news factors lead people to assign relevance concurrently and involve users beyond their individual interests. Therefore, they should encourage more users to voice their opinions and thereby influence the amount of participation in commenting on the aggregate level.

The second assumption is that existing knowledge and experience (including having an opinion on an issue) are crucial to the motivation to comment (Diakopoulos and Naaman, 2011b; Springer, 2011). Because there is a systematic relationship between some news factors and the likelihood of prior knowledge from previous news reporting, these news factors should influence the willingness to comment and will therefore affect the overall amount of participation. This proposition finds support in research showing that knowledge and media use influence the willingness to speak publicly (Scheufele and Eveland, 2001; Shamir, 1997). Therefore, we propose the following hypothesis:

H1: The news factors of a news item influence the level of participation in commenting in an article's comments section.

A non-directional hypothesis is proposed here for good reason. Beyond the assumptions that can be made with regard to a general relationship between news factors and participation levels, a positive relationship cannot always be reasonably assumed. For example, according to the conceptualization outlined above, *unexpected* events should be considered to be more relevant due to the automatic assignment of relevance, which contributes to the likelihood of a positive relationship. On the other hand, with unexpected events, users' knowledge of and prior experience with the event should be too low (due to a lack of prior news reporting) to provide additional information on an issue. This situation makes a negative relationship between unexpectedness and the level of participation equally likely. Therefore, the following research question is posed to explore the impact of each factor:

RQ1: How do individual news factors influence the level of participation in commenting in an article's comments section?

To derive a hypothesis about the influence of news factors on the interactivity of reader comments, we refer to the same assumptions explicated above: Posting more than one comment requires the user to keep track of the development of an issue and the other users' comments. The reader must revisit the news site, re-read the comments and take the time to prepare and post another comment. Without a certain degree of involvement with the news issue, and without having some knowledge about the issue, it seems unlikely that a reader will make such an effort. Because news factors are supposed to influence involvement and to be related to the likelihood of prior knowledge, they might also affect readers' continued commenting and, by extension, the number of times a user posts comments in an article's comments section.

H2: The news factors of a news item influence interactivity in an article's comments section.

Again, the current state of research does not allow for deriving directional hypotheses for single news factors, and therefore the following research question is posed to explore the effects of single factors:

RQ2: How do single news factors influence interactivity in an article's comments section?

Methods

For this study, the hypotheses' testing is based on a content analysis of political news in three online newspapers.

Sampling

The media sample was selected to satisfy two criteria. 1) The selected news websites must offer article-related comment functionality. 2) The selected news websites must differ in their comments management strategies, so that respective differences can be controlled for. The media sampling frame consisted of a ranking of the most important German websites based on how much of the German population they reach. The ranking is based on technical measurements on the websites and a representative telephone survey (AGOF, 2008). This list was reduced to online newspapers because they are the most important websites for German consumers of online news (Van Eimeren and Frees, 2008). From that list, the three highest ranking online newspapers that satisfied the criteria were selected: *Welt.de* (Website A, 3.72 million unique users per average week; no registration required for commenting, unmoderated comments sections), *FOCUS online* (Website B, 3.06m unique users; no registration required, pre-publication assessment of the comments by moderators) and *sueddeutsche.de* (Website C, 2.16m unique users; registration required, post-publication moderation of the comments sections).

The time frame for sampling was October and November 2008. For each month, one week was constructed to randomly determine the access day. For each access day, one access time was determined at random.

At each of the 14 access times, software with an implemented web crawler was used to access the website and to produce offline copies. The units to sample were news items, and their relevant characteristics were news factors, features of the related comments and the degree of prominence with which the news item was linked on the website at the time of access. The news items were culled from the contents of single web pages, as was the information on the comments. Indicators of how prominently a news item was linked were the contents of a website's homepage and the overview page of the politics section. Therefore, the homepage and the politics section overview page were accessed and downloaded by the web crawler. A sampling frame for all pages containing news articles was obtained by letting the web crawler explore the websites to a depth of one link starting from these two pages. The resultant article sampling frame consisted of 3753 pages and provided the basis for the coding process. Starting from these pages, the web crawler was allowed to explore the websites again to an infinite depth, but only within the boundaries of each page's server-side subdirectory, and store all linked pages.

A thousand pages were randomly selected for coding from the article sampling frame, and 940 of them were randomly allotted to 20 coders. The remaining 60 were given to all coders to enable reliability testing. Reliability was measured by computing average pairwise

intercoder agreements (PA) using Holsti's method and Cohen's *kappa* (κ ; cf. Neuendorf, 2002).

Variables

Four groups of variables were coded; firstly, properties of each page: the *website* of origin (PA = 1, κ = 1) and the *page type* (PA = .96, κ = .92). For each article, the *time of publication* was coded by recording year, month, day, hour, and minute separately (average PA = .96, κ = .95).

Secondly, a news item's teaser characteristics on the homepage (HP) and the politics section overview page (PSOP) were coded. Coders determined whether there was a *news teaser*, and, if so, coded the following teaser characteristics: *placement* (main content area of the page vs. outside main content area; PA_{HP} = .95, κ _{HP} = .76, PA_{PSOP} = .98, κ _{PSOP} = .66), the presence and relative size of a *picture/illustration* (PA_{HP} = .95, κ _{HP} = .75, PA_{PSOP} = .85, κ _{PSOP} = .67), amount of *text* (detailed text vs. single-line teaser; PA_{HP} = .95, κ _{HP} = .75, PA_{PSOP} = .87, κ _{PSOP} = .74) and accentuation of the *headline* (highlighted by contrasting color or typeface vs. not highlighted; PA_{HP} = .96, κ _{HP} = .75, PA_{PSOP} = .87, κ _{PSOP} = .74). These teaser features are known to influence users' selection of news in online newspapers (Knobloch et al., 2003; Zillmann et al., 2004), and they are therefore central control variables.

Thirdly, news factors were coded for every news item. The *proximity* of a news event was defined as the involvement of the own nation and was measured based on the country where the event took place (PA = .90, κ = .89) and the country that was mostly affected by the event (PA = .91, κ = .89). Events taking place outside Germany and not involving Germany have the lowest proximity. Events located in Germany and only affecting Germany have the highest proximity. The variable *frequency* coded whether the reported issue had a determinable beginning and end or not (PA = .76, κ = .53). *Prominence* denotes reference to well-known persons (PA = .83, κ = .46). *Power* was defined as the sphere of political influence of the persons or institutions associated with the event (local, regional, national, international; PA = .73, κ = .42). *Personalization* was coded when the news story was framed in terms of individual experiences (PA = .76, κ = .34). *Controversy* denotes the level of conflict (in communication at most vs. non-violent conflict vs. violent conflict; PA = .78, κ = .56). An event was coded as *unexpected* when it was explicitly stated that the event was unexpected (PA = .71, κ = .27) and it was coded as having an *impact* when it had consequences for one or more social categories or groups (PA = .68, κ = .38). *Damage* denotes negative (PA = .71, κ = .47) and *success* positive consequences (PA = .80, κ = .44) of an event. The level of a news item's *facticity* was determined by coding whether the article provided mainly analysis and interpretation (low facticity) or reported concrete actions and events (high facticity, PA = .77, κ = .41). *Continuity* was defined as reference to established issues. To enable a respective coding decision, a list of news issues for each week between 01 September 2008 and 30 November 2008 was compiled using the archives of the news websites. For each issue that was covered on all three websites, the date of introduction into the media agenda was listed. On the basis of that list, the coders were able to decide if a news event belonged to an issue that was on the list (i.e. established) or not (PA = .74, κ = .41).

Fourthly, the *number of comments* an article received was recorded per news item ($PA = .99$, $\kappa = .99$), and, for each comment, the *name of the comment's author* was recorded ($PA = .93$).¹ Note that the coding unit for this variable was the individual comment.

The reliability tests show that the PAs exceed .7, which is the critical value in content analysis (Frey et al., 2000), for nearly all of the variables coded. *Kappa* is a highly conservative measure and, as expected, the values are lower. However, all values are above zero, which indicates systematic above chance agreement for all variables. Moreover, nearly all *kappas* were above .40, which indicates at least fair to good agreement beyond chance (cf. Fleiss, 1981: 218; Neuendorf, 2002: 143). Also note that most of the news factors have only few codes. In that case, also lower *kappas* indicate substantially high agreement (Bakeman et al., 1997).

Indices

The study's dependent variables were computed from the coded comment features. The *level of participation* in commenting is measured by the number of individual commentators that posted a comment in an article's comments section. This measure was obtained by aggregating the comments per article and counting the number of individual author names. Irrespective of how many comments they posted, this index counts the number of readers that participated in commenting. To determine the degree of *interactivity* in an article's comments section, we applied an operationalization used to measure interactive discussions in online forums (e.g. Birch and Weitkamp, 2010): the average number of comments individual users posted on an article (which is the quotient of the number of comments per news item divided by the number of individual commentators). This index captures the individual commentators' continued comments, it measures how much commenting extends beyond single postings, and it fits the purpose of the study to separately analyze the mechanisms that drive the overall number of comments per article.

The coded teaser characteristics of a news item were submitted to a principal component analysis ($KMO = .809$, Bartlett $\chi^2 = 10468.8$, $df = 28$, $p < .001$) that yielded two components with eigenvalues greater than one that account for 88.7% of the variance. There is a clear factor structure (main loadings $\geq .71$, all cross loadings $< .3$). The first factor comprises the coded HP-teaser characteristics and the second the characteristics of the PSOP-teasers. Standardized factor scores were computed to serve as indices of the prominence of the linking of a news item on the homepage (*HP-prominence*, Cronbach's $\alpha = .97$) and the politics section overview page (*PSOP-prominence*, $\alpha = .92$).

Finally, the time lag between access and the time of publication of a news item was computed for each article as a measure of *exposure* time.

Analysis methods

The data were analyzed using the regression approach with the study's dependent variables as outcomes and news factors and control variables (*website*, *HP-prominence*, *PSOP-prominence*) as covariates. All regression models included a constant and *exposure*. The model for the interactivity outcome additionally controlled for the amount of participation.

With the properties of our outcomes (non-normally distributed, highly skewed, and with a limited range of outcomes, see results section), the traditional linear regression model using the ordinary least squares method (OLS) for parameter estimation is not appropriate (Hardin and Hilbe, 2007: 17). The variable *level of participation* represents the number of individual commentators and is thus a count variable. OLS-Regression analysis of count data typically violates central assumptions, resulting in inefficient estimators and invalid *p*-values of the regression coefficients (cf. Cameron and Trivedi, 1998). The negative binomial regression model using maximum likelihood procedures (ML) for parameter estimation is a convenient standard method that accounts for the properties of empirical count data (Cameron and Trivedi, 1998: 60) and is thus used for hypothesis testing.

Similar problems arise when conducting OLS-regressions with the study's second dependent variable, *interactivity*, due to its distributional characteristics. Within the framework of generalized linear models (GLzM, see Hardin and Hilbe, 2007), regression models can easily be adjusted to such data situations. When faced with non-negative responses that are greater than zero, have a high initial peak, a rapid drop and a long right tail (as is the case with the *interactivity* outcome), the gamma distribution is preferred to model the outcome (Hardin and Hilbe, 2007: 89). Therefore, hypothesis testing was based on a gamma model using ML-estimation.

The hypotheses were tested by comparing the fit of different models for each of the dependent variables. Starting from a baseline model that only includes the control variables, the news factors were added to the model. Both the baseline and the news factors model were evaluated by a Wald test.² The hypotheses were tested by assessing improvements in model fit in the news factors over the baseline models using likelihood ratio tests (LR-tests) between nested models (cf. Long and Freese, 2006: 99). Additionally, a comparison between the Bayesian information criteria (BIC) was conducted to assess the strength of the evidence for the news factors model based on the guidelines suggested by Raftery (1996).

Results

The coding yielded complete data for $n = 558$ news items. On average, 22.12 users participated in commenting on a news item ($SD = 25.78$), 10.75% of the news articles remained uncommented upon, 50% received comments from at most 13 readers, and the maximum number of users participating in commenting on a single news article was 152. To test whether the news factors of an article contribute to an explanation of this high variability in the amount of participation, we first estimated the baseline model for this outcome (Wald $\chi^2 = 350.19$, $df = 4$, $p < .01$ for the control variables). Next, the news factors were added to the baseline model and the Wald test indicates that they have an additional influence (Wald $\chi^2 = 156.93$, $df = 12$, $p < .01$). Consistent with H1, an LR-test comparing the baseline model and the news factors model shows that adding the news factors resulted in a highly significant increase in model fit (LR $\chi^2 = 145.45$, $df = 12$, $p < .01$). A difference of 69.55 in the BICs provides very strong support for the news factors model, implying that the news factors of a news item do affect the number of users who participate in commenting in an article's comments section.

Regarding the $n = 498$ news items that received at least one comment, 1.16 comments per user were posted on average ($SD = 0.28$). In 40.56% of these articles, the participating readers posted just one comment, and in over 60% of the cases, the number of comments per user did not exceed an average of 1.1. This finding indicates that the degree of interactivity in most articles' comments sections remains rather low. An extremely high interactive commenting with an average number of comments per participating user of two or more occurred in less than 2% of the articles' comments sections and thus seems to be an exception. To test whether the news factors of an article contribute to an explanation of the degree of interactivity, we first estimated a baseline model for interactivity as the outcome (Wald $\chi^2 = 3573.92$, $df = 5$, $p < .01$ for the control variables).³ Next, the news factors were added and the Wald test indicates that they have an additional influence (Wald $\chi^2 = 254.77$, $df = 12$, $p < .01$). An LR-test shows that adding the news factors resulted in a highly significant increase in model fit (LR $\chi^2 = 80.13$, $df = 12$, $p < .01$), and, consistent with H2, an absolute difference of 5.60 in the BICs provides positive support for the news factors model. We conclude that an article's news factors indeed do affect interactivity in the related comments section.

The research questions were designed to assess the singular contribution of each news factor in a multivariate context. Table 1 shows the results of both regression analyses and lists the hypothesis test for each covariate.

The factor *proximity* positively affects both the amount of participation and the degree of interactivity in an article's comments section. The more a news event focuses on the own nation, the more readers comment on it and the more frequently the individual commentators post a comment on the same story. This effect implies that participation and interactivity can be expected to be much higher with national than with international news. Three additional news factors affect both outcomes: News events that have a manifest *impact* on a defined social group or category are commented on by more users and commenting is more interactive than with events that have no consequences or affect only single individuals. *Facticity* has a significant negative effect. Providing a mere factual report on an event without further interpretation or situational analysis decreases the amount of participation as well as interactivity. Additionally, *continuity* proves to be an influential factor. News articles that continue issues that are already on the media agenda receive comments from more users (but note that there is an only marginally significant relationship), and the participating users tend to post more than one comment.

According to our analyses, neither outcome is significantly related to *prominence*, *personalization*, *unexpectedness* or *success*.

Frequency is a significant predictor of the number of readers who post comments but not of interactivity: In the case of news events having a determinable beginning and end, the level of participation is higher than with reports of long-term or unfinished issues.

By contrast, the remaining three factors affect only interactivity. *Power* decreases interactivity. On issues that are associated with highly powerful persons or institutions (e.g. heads of state, national parties or international organizations), participating users tend to post fewer comments, whereas commenting becomes more interactive when a news issue features institutions whose sphere of influence is restricted to a municipal or regional level (e.g. citizens' groups or federal state parliaments). For the factor *controversy*, the model estimates a marginally significant positive effect, implying that with

Table 1. Coefficients estimated in the regression analyses (SEs).

Variable	Level of participation	Interactivity
Proximity	0.43** (0.06)	0.45** (0.07)
Frequency	0.57** (0.14)	0.17 (0.17)
Power	0.07 (0.09)	-0.76** (0.18)
Prominence	-0.06 (0.23)	0.18 (0.26)
Personalization	0.03 (0.20)	0.14 (0.18)
Controversy	0.14 (0.12)	0.20# (0.10)
Unexpectedness	-0.29 (0.19)	-0.23 (0.30)
Impact	0.44** (0.17)	1.46** (0.22)
Success	-0.02 (0.15)	0.08 (0.18)
Damage	0.18 (0.13)	0.49** (0.13)
Facticity	-1.07** (0.21)	-1.35** (0.22)
Continuity	0.30# (0.16)	0.48* (0.21)
Website B	-0.57** (0.19)	-1.60** (0.33)
Website C	-2.37** (0.19)	-1.51** (0.37)
HP-prominence	0.63** (0.08)	0.49** (0.08)
PSOP-prominence	0.47** (0.07)	0.58** (0.08)
Level of participation		-0.01** (0.00)
Constant	2.97** (0.38)	4.88** (0.50)

Note. The model for *level of participation* was estimated by a negative binomial regression model ($n = 558$, dispersion parameter $\alpha = 2.36$, $SE = 0.13$). The model for *interactivity* was estimated by a gamma regression (link = identity, $n = 498$, scale parameter = 0.60).

** $p < .01$, * $p < .05$, # $p < .10$.

increasing conflict levels reported in news items ranging from a clash of opinions to violent conflict, commenting can be expected to increase in interactivity. The same is true for the factor *damage*. Reporting of negative events including those that involve physical damage or even bodily harm positively affects readers' continued commenting.

Table 1 also shows that all control variables exert significant influences on both outcomes. Firstly, the negative coefficients for the websites suggest that the less liberal a website's comment management strategy, the lower are the participation and interactivity levels in the comments sections. Both pre-publication moderation (Website B) and the requirement of registration plus post-publication moderation (Website C) reduce participation and decrease interactivity. Secondly, both outcomes are influenced by how prominently a news item is linked. An attention-grabbing placement and presentation of a news item's teaser on the homepage or the politics section overview page is associated with higher levels of participation and increased interactivity.

Discussion

Posting comments on news articles is currently one of the most popular forms of user participation in online-content generation. From the perspective of deliberative digital

democracy (Dahlberg, 2011), there is great potential for public discourse associated with this form of user communication. However, in the context of online newspapers, this potential only emerges when a number of users participate in commenting and when users repeatedly post comments to the point at which communication in the article's comments section becomes interactive. Extant research that identified features of journalistic content affecting user comments exclusively focused on the quantity of commentary. Because that outcome results from a) the number of users commenting and b) the number of comments posted per user, this paper disentangled those issues and investigated how the content of a news item might affect a) the amount of participation and b) the level of interactivity in an article's comments section.

Contributions

To advance knowledge on the interplay between professional journalistic content and reader comments, a comprehensive account of news content characteristics was used (Galtung and Ruge, 1965), and news factors were hypothesized to affect both the amount of participation and interactivity. Consistent with these hypotheses, the study found that news factors contribute to explaining the number of readers who post at least one comment and to explaining the average number of comments posted per commentator.

Four factors were related to both the amount of participation and interactivity. Based on the conceptualization of news factors as collective relevance indicators (Eilders, 2006) and on the assumption that involvement is a prerequisite for commenting, these effects can be interpreted as follows. The effects of *proximity* and *impact* are assumed to result from socialization: News events pertaining to the own social group (be it based on nationality or a more specific social attribute) are more likely to appeal to the social identity of a user and are therefore inherently more involving, increase the willingness to comment in a higher proportion of readers and thereby increase participation levels overall. Moreover, these news factors seem to motivate readers to accept the costs of repeated commenting, which in turn increases interactivity. The positive effect of *continuity* can be interpreted by referring to the assumption about the role of knowledge: For news events that perpetuate an issue that is already on the media agenda, it is much more likely that readers have some knowledge about the topic from prior news and have probably developed an opinion. Because such knowledge motivates readers to comment (Diakopoulos and Naaman, 2011b), a positive impact on participation levels and interactivity is observed on the aggregate level. Similarly, articles offering analysis and journalistic appraisals of a news event (and thereby being low in *facticity*) can easily create dissonance on the part of the user, who might have a different understanding of the issue at hand (Springer, 2011). Therefore, on the aggregate level, a negative relationship is observed.

Our analyses showed that the temporal dimension of a news event (*frequency*) only affects participation levels. We presume that for news events that have a clearly determinable beginning and end (high *frequency*), knowledge might be less relevant for an understanding of the event because it provides a self-contained meaning and thus allows more users to express their views – irrespective of actual knowledge levels.

Power, *controversy* and *damage* are related solely to interactivity. News stories featuring a potentially damaging or controversial event receive more attention (i.e. they are allocated more processing resources, Eilders, 2006), and they are thus more involving, which also motivates repeated commenting. A rather unexpected finding is the negative effect of *power*. The emergence of interactive discussions is more likely with political events of limited reach. We suppose that such events are more likely to be rooted in people's everyday lives, meaning that people probably have direct experience with the issue. Therefore, such news events are more involving and thus have a higher discussion value.

Altogether, the current study complements existing research by showing that news factors influence the overall amount of reader comments on an article by affecting both participation levels and interactivity and by clarifying the various ways in which news factors affect the range of mechanisms.

Implications

The theory of newsworthiness as proposed by Galtung and Ruge (1965) covers all of the processes of traditional news diffusion from real world events to the formation of a personal image. The opportunities for participatory news use offered by Web2.0 technologies make possible new stages of news diffusion initiated by users, for example the capacity to actively discuss news events in online environments. The results presented here suggest that the traditional model can be extended to such user-generated content, that is, reader comments. News factors also influence selectivity on this new stage of news diffusion (selective participation) and affect the interactivity of users' communication. However, the results also imply that the traditional theory's hypotheses cannot simply be transferred to these processes. The negative influence of some news factors in particular suggests that the single news factors do not simply combine additively to affect this stage. Thus, the traditional selection and additivity hypothesis requires a new specification for user-driven communication in the online-news context.

Although we cannot say anything about the quality of the users' discourse in the comments, from a normative point of view, it seems noteworthy that participation and the emergence of interactive discussions are influenced by news characteristics that are indicators of the (societal) relevance of media content (McQuail, 1999: 197). For example, a discursive treatment of political issues that affect a social group is desirable for the formation of public opinion. As indicated by the positive effect of the factor *impact* in our study, we find that the potential for quality discourse does indeed arise in online newspapers' comments sections when a political issue is social relevant.

The influence of *facticity* on both the level of participation and interactivity illustrates the crucial role that contextualization plays for initiating public discussions in the comments section. Our results suggest that the perspectives on the news issues offered by journalists play a key role in making them accessible for a discursive treatment. This shows that even though online newspapers provide ordinary users with an opportunity to voice their views, professional news workers retain substantial power in channeling the active discourse in these forums of the public sphere.

The effect of *controversy* deserves some critical elaboration. One potential of the online public sphere is seen in its capability of invigorating rational discussions

between people with opposing views (Wojcieszak and Mutz, 2009). If one assumes that controversial issues are likely to involve readers with opposing views, a positive effect of *controversy* could indicate the facilitation of discussions among those with different opinions. Our results suggest that comments sections do not contribute to an improved public sphere in this respect. This is, however, only a very tentative interpretation. One has to bear in mind that we coded higher *controversy* only for issues that involve conflicts beyond differences in opinions, including violent conflict such as war.

Seen from a normative point of view, the differences in the level of participation and interactivity between our sample's websites suggest that the potential for quality discourse is also determined by the features of the websites, in particular by a website's comment management strategy. This illustrates that an online newspaper's design features are important boundary conditions of deliberation (Wright and Street, 2007) and that a restrictive comment management might thwart the users' discourse in the comments sections at a very basic level. However, unrestricted comments sections do not guarantee quality discourse. Moreover, unlike many private discussion forums, comments sections are embedded in editorial products for which the publishers bear responsibility. Therefore, to realize the potential for deliberation in these public forums, the challenge is to keep the hurdles to participation low and at the same time to implement a comment management strategy that facilitates quality discourse.

Finally, we briefly address some practical implications. By enabling user participation, news organizations seek to increase performance measures such as click rates or re-visits (Vujanovic, 2011). Our study revealed some of the characteristics in news content that engage readers in commenting, an activity that clearly drives performance measures. What should be of interest to practitioners is that some of these characteristics refer to the presentation style of news (*facticity*), while others refer to event characteristics that can be emphasized in order to optimize a news story for active audience participation.

Limitations and directions for future research

One limitation of the current study is the difficulty of determining the appropriateness of the interpretations of the effects found in the study. These explanations are principally open to empirical investigation. However, they are not accessible by content analysis. The limitations of this method were accepted in favor of the possibility it provided to simultaneously test for influences of a high number of variables. Future research could be dedicated to the empirical assessment of the proposed explanations and the exploration of the relationships between content features, involvement and commenting behavior.

Furthermore, the decisions made during sampling set the limits for making generalizations. Strictly speaking, the results obtained here can be generalized to commenting on political news in the selected online newspapers during the sampled time period. Therefore, future research should include replications of the study based on longer time frames, with different sets of online newspapers and possibly a range of news that extends beyond political.

On a conceptual level, research on user comments in online newspapers can be extended in different ways. The current research focuses on three groups of variables that affect commenting: individual factors, media conditions and features of professionally generated journalistic content. Future research should also take into consideration another factor. Users not only react to the journalistic content with their comments, but they also react to the comments of other users. As a result, discussion structures emerge in an online newspaper's comment space. Future research should try to identify distinct patterns and typical dynamics in users' news discourse as well as the factors that affect it. Finally, more empirical assessments of the quality of the users' discourse in newspapers' comments sections would be helpful to assess whether it makes a relevant contribution in the public sphere and to identify the factors that affect the quality of the discussions in the comments section.

Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Notes

1. Computation of κ was not feasible for this variable because it has no numerical values but is an alphabetical character string. Because of the very high number of individual author names we did not assign them numerical values.
2. The Wald test assesses the null hypothesis that the coefficients of the added variables are simultaneously equal to zero, implying that they would add no predictive value to the preceding model (cf. Long and Freese, 2006: 99).
3. For GLZM using a gamma family specification for the mean and variance function, the most common link functions are the reciprocal-, identity- and log-link (Hardin and Hilbe, 2007: 89). Using these specifications, we initially evaluated three news factor models for the interactivity outcome following the suggestions of Hardin and Hilbe (2007: 115). The specification with the identity link performed best (lowest deviance and lowest BIC) and is thus used for hypothesis testing.

References

- AGOF (2008) Internet facts 2008-II. Available at: <http://www.agof.de/index.download.d55c96c3272b95a7a210cd9ce332ae49.pdf>.
- Bakeman R, McArthur D, Quera V, et al. (1997) Detecting sequential patterns and determining their reliability with fallible observers. *Psychological Methods* 2(4): 357–370.
- Bergström A (2008) The reluctant audience: online participation in the Swedish journalistic context. *Westminster Papers in Communication and Culture* 5(2): 60–79.
- Birch H and Weitkamp E (2010) Podologues: conversations created by science podcasts. *New Media & Society* 12(6): 889–909.
- Boczkowski PJ and Mitchelstein E (2012) How users take advantage of different forms of interactivity on online news sites: clicking, e-mailing, and commenting. *Human Communication Research* 38: 1–22.
- Cameron AC and Trivedi PK (1998) *Regression Analysis of Count Data*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Dahlberg L (2011) Re-constructing digital democracy. *New Media & Society* 16(6): 855–872.
- Diakopoulos N and Naaman M (2011a) Topicality, time, and sentiment in online news comments. In: Tan D, Amershi S, Begole B, et al. (eds) *Proceedings of the 2011 Annual Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM, pp. 1405–1410.
- Diakopoulos N and Naaman M (2011b) Towards quality discourse in online news comments. In: Hinds PJ, Tang JC, Wang J, et al. (eds) *Proceedings of the ACM 2011 Conference on Computer Supported Cooperative Work*. New York: Association for Computing Machinery, pp. 133–142.
- Domingo D, Quandt T, Heinonen A, et al. (2008) Participatory journalism practices in the media and beyond. *Journalism Practice* 2(3): 326–342.
- Douai A and Nofal HK (2012) Commenting in the online Arab public sphere. *Journal of Computer-Mediated Communication* 17(3): 266–282.
- Eilders C (2006) News factors and news decisions. *Communications: The European Journal of Communication Research* 31(1): 5–24.
- Emmer M, Vowe G, Wolling J, et al. (2011) *Bürger Online*. Konstanz: UVK.
- Fleiss JL (1981) *Statistical Methods for Rates and Proportions*. New York: Wiley.
- Frey LR, Botan CH and Kreps GL (2000) *Investigating Communication*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Galtung J and Ruge M (1965) The structure of foreign news. *Journal of Peace Research* 2(1): 64–91.
- Gerhards J and Schäfer MS (2010) Is the Internet a better public sphere? *New Media & Society* 12(1): 143–160.
- Hardin JW and Hilbe JM (2007) *Generalized Linear Models and Extensions*. College Station, TX: Stata Press.
- Hujanen J and Pietikäinen S (2004) Interactive uses of journalism. *New Media & Society* 6(3): 383–401.
- Kiousis S (2002) Interactivity: a concept explication. *New Media & Society* 4(3): 355–383.
- Knobloch S, Hastall M, Zillmann D, et al. (2003) Imagery effects on the selective reading of Internet newsmagazines. *Communication Research* 30(1): 3–29.
- Lasorsa DL (1991) Political outspokenness: factors working against the spiral of silence. *Journalism Quarterly* 68(1/2): 131–140.
- Lee E and Jang YJ (2010) What do others' reactions to news on Internet portal sites tell us? *Communication Research* 37(6): 825–846.
- Long JS and Freese J (2006) *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata*. College Station, TX: Stata Press.
- McCluskey M and Hmielowski J (2012) Opinion expression during social conflict. *Journalism* 13(3): 303–319.
- McQuail D (1999) *Media Performance*. London: SAGE.
- Neuendorf KA (2002) *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Nielsen C (2012) Newspaper journalists support online comments. *Newspaper Research Journal* 33(1): 86–100.
- Raftery AE (1996) Bayesian model selection in social research. *Sociological Methodology* 25(1): 111–163.
- Reich Z (2011) User comments. The transformation of participatory space. In: Singer JB, Hermida A, Domingo D, et al. (eds) *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. West Sussex: Wiley-Blackwell, pp. 96–117.
- Scheufele DA and Eveland WP (2001) Perceptions of 'public opinion' and 'public' opinion expression. *International Journal of Public Opinion Research* 13(1): 25–44.

- Shamir J (1997) Speaking up and silencing out in face of a changing climate of opinion. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 74(3): 602–614.
- Shoemaker PJ and Cohen AA (2006) *News Around the World*. New York: Routledge.
- Springer N (2011) Suche Meinung, biete Dialog? In: Wolling J, Will A and Schumann C (eds) *Medieninnovationen*. Konstanz: UVK, pp. 247–264.
- Tsagkias M, Weerkamp W and de Rijke M (2009) Predicting the volume of comments on online news stories. In: Cheung D (ed.) *Proceedings of the ACM Eighteenth International Conference on Information and Knowledge Management, Hong Kong, China*. New York: ACM, pp. 1765–1768.
- Van Eimeren B and Frees B (2008) Internetverbreitung. *Media Perspektiven* (7): 330–344.
- Vujnovic M (2011) Participatory journalism in the marketplace. Economic motivations behind the practices. In: Singer JB, Hermida A, Domingo D, et al. (eds) *Participatory journalism: Guarding Open Gates at online newspapers*. West Sussex: Wiley-Blackwell, pp. 139–154.
- Weber P (2012a) Der virtuelle Stammtisch. Determinanten interpersonal-öffentlicher Kommunikation auf Nachrichtenwebsites. In: Ockenfeld M, Peters I and Weller K (eds) *Social Media und Web Science*. Frankfurt am Main: DGI, pp. 457–459.
- Weber P (2012b) Nachrichtenfaktoren & User Generated Content: Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites. *Medien und Kommunikationswissenschaft* 60(2): 218–239.
- Weber P (2013) Nachrichtenfaktoren und Kommentierungsintensität von Online-Nachrichten. In: Pfetsch B, Greyer J and Trebbe J (eds) *MediaPolis – Kommunikation zwischen Boulevard und Parlament*. Konstanz: UVK, pp. 229–245.
- Wojcieszak ME and Mutz DC (2009) Online groups and political discourse. *Journal of Communication* 59(1): 40–56.
- Wright S and Street J (2007) Democracy, deliberation and design: the case of online discussion forums. *New Media & Society* 9(5): 849–869.
- Zillmann D, Chen L, Knobloch S, et al. (2004) Effects of lead framing on selective exposure to Internet news reports. *Communication Research* 31(1): 58–81.

Author biography

Patrick Weber is a scientific assistant at University of Zurich. His research focuses on online communication and persuasion.

PATRICK WEBER / RINALDO KÜHNE

Zählraten und ihre Analyse in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung

1. Zählraten in der Kommunikationswissenschaft

Zählraten sind Daten, die Zählungen repräsentieren (z. B. Häufigkeit des Eintretens eines bestimmten Ereignisses) und die deshalb nur ganzzahlige Werte größer oder gleich null annehmen können. Sie werden in Zählvariablen erfasst, und diese stellen in den unterschiedlichsten Bereichen kommunikationswissenschaftlicher Forschung eine zentrale abhängige Variable dar: In der Forschung zu *politischer Kommunikation* beispielsweise ist die Häufigkeit staatsbürgerlicher und politischer Partizipation eine (u. a. durch Mediennutzung) zu erklärende Größe (z. B. DYLLKO 2010). Die *Kultivierungsforschung* versucht zum Beispiel die subjektiv eingeschätzte Anzahl bestimmter Verbrechen in einer Zeitperiode durch die Mediennutzung vorherzusagen (z. B. DIEFENBACH/WEST 2001), in der Diffusionsforschung soll die Anzahl der Übernehmer einer Kommunikationstechnologie erklärt werden (z. B. HOFSTEDE 2001), und in der *Wissensklutforschung* bildet die Anzahl korrekter Antworten bei Wissensabfragen mitunter die zentrale abhängige Variable (z. B. SLATER et al. 2009). Darüber hinaus fallen Zählraten auch in der Werbeforschung (z. B. Werbemittelkontakthäufigkeiten, HUANG/LIN 2006), in der *Selektionsforschung* (Nutzungshäufigkeiten, z. B. PEER/KSIAZEK 2011) und auch im Feld der *Online-Kommunikation* an, z. B. als Anzahl der Informationsarten, die eine Person über sich im Netz offenbart

(TADDICKEN 2011) oder als Anzahl der Nutzerkommentare pro Nachricht auf journalistischen Websites (WEBER 2012).

Zentral sind Zählvariablen auch in *inhaltsanalytischen Studien* – insbesondere wenn es darum geht, die Berichterstattungshäufigkeit über bestimmte Objekte durch Eigenschaften dieser Objekte zu erklären (erklärende Medienresonanzstudien). So ermitteln bspw. Schweiger und Jungnickel (2011) den Einfluss inhaltlicher Merkmale von Pressemitteilungen auf ihre Resonanz im Internet (Anzahl Websites mit inhaltlichem Bezug zur Pressemitteilung) im Rahmen einer Online-Inhaltsanalyse. Weiterhin wird der Einfluss bestimmter Attribute von *Politikern* auf ihre mediale Präsenz (gemessen an der Anzahl der Beiträge, in denen ein Politiker vorkommt, z. B. SCHOENBACH/DE RIDDER/LAUF 2001; TRESCH 2009), die Wirkung der Eigenschaften von Ereignissen eines bestimmten Typs (z. B. Morde, siehe PRITCHARD/HUGHES 1997, oder Risiken, siehe FREUDENBURG et al. 1996) auf die Berichterstattungsintensität sowie die mediale Resonanz von *Interessenverbänden* (z. B. THRALL 2006) untersucht. Das traditionsreichste Forschungsfeld im Bereich erklärender Medienresonanzanalysen sind wohl Studien zur Nachrichtengeografie, in denen u. a. die Berichterstattungshäufigkeit über Länder in bestimmten Medien durch Eigenschaften dieser Länder und Medien erklärt werden soll.

Der vorliegende Beitrag verfolgt drei Ziele: *Erstens* die Identifikation von Auswertungsstrategien, die routinemäßig bei der Analyse von Zählvariablen in regressionsanalytischen Ansätzen angewendet werden. Dazu wird im Folgenden auf Medienresonanzstudien, insbesondere die existierende Forschung zur Nachrichtengeografie fokussiert, weil dort in einem thematisch einheitlichen Forschungsfeld genügend Studien existieren, um sowohl dominierende Auswertungsstrategien als auch Analysevarianten identifizieren zu können.

Zweitens soll illustriert werden, welche Probleme mit diesen Analysestrategien verbunden sind. Diese Illustration erfolgt auf der Basis der Daten einer Nachrichtengeografiestudie.

Drittens sollen alternative Datenanalyseverfahren besprochen werden, die nicht mit diesen Problemen behaftet sind und die deshalb in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung standardmäßig zur Analyse von Zähldaten empfohlen werden. Ihre Anwendung wird mit den Beispieldaten illustriert. Dabei wird auf Fragen der Bewertung und Interpretation der Analyseergebnisse eingegangen sowie auf die Grenzen der Verfahren.

2. KQ-Regression – dominante Praxis bei der Analyse von Zählraten

2.1 *Dominante Auswertungspraxis und empirisches Beispiel*

In Medienresonanzstudien wird die Ausprägung einer Zielvariable y (Medienresonanz in Form einer Zählvariable) durch mehrere Kovariablen x_1, \dots, x_k erklärt. In Studien zur Nachrichtengeografie fungiert die Anzahl der Nachrichtenbeiträge über ein Land in einer Auswahl von Medien als Zielvariable. Als Kovariablen (auch: unabhängige Variablen) fungieren Merkmale der Länder und der untersuchten Medien. Den grundlegenden Ansatz zur Ermittlung des systematischen Einflusses der Kovariablen auf die Artikelanzahl bildet die *Regressionsanalyse*.

Die bei Weitem häufigste Analysepraxis ist die Schätzung der Regressionsparameter β_1, \dots, β_k durch die Methode der kleinsten Quadrate (*KQ-Regression*) unter der Annahme eines linearen Einflusses der Regressoren auf die Zielvariable. Dieses Vorgehen findet sich bereits in den ersten Studien zur Nachrichtengeografie, die multivariate Verfahren anwenden, und ist bis heute gängige Praxis (siehe u. a. AHERN 1984; PETERSON 1980; WEBER 2008; WESTERSTAHL/JOHANSSON 1994; WU 2000, 2007).

Die Analyse von Zählraten mit KQ-Regressionen ist mit grundlegenden Problemen behaftet, was in vielen Disziplinen (z. B. der Politikwissenschaft, siehe KING 1988) zum standardmäßigen Einsatz alternativer Auswertungsverfahren für abhängige Zählraten geführt hat. In der Kommunikationswissenschaft fanden diese Verfahren nur in Einzelfällen und auch erst in den letzten Jahren Anwendung (z. B. DIEFENBACH/WEST 2001) – sicher auch ein Resultat der geringen Bekanntheit dieser Verfahren aufgrund der fehlenden Implementierung in der am weitesten verbreiteten Datenanalysesoftware. Inzwischen sind entsprechende Prozeduren aber in den meisten gängigen Softwarepaketen (etwa SPSS) enthalten, und um ihren Einsatz zu fördern, sollen im Folgenden zunächst an einem empirischen Beispiel die zentralen Probleme der bisher dominanten Auswertungspraxis illustriert werden. Die Daten dafür liefert eine Medienresonanzstudie zur Nachrichtengeografie der Osteuropaberichterstattung (siehe zur Methodik ausführlich WEBER 2008).

Grundgesamtheit der *Inhaltsanalyse* war die Osteuropaberichterstattung des Jahres 2006 in vier Zeitungen. Durch einfache Zufallsauswahl wurden

pro Quartal 13 Tage, insgesamt also 52 Zeitungsausgaben, zur Abbildung des Untersuchungszeitraums ausgewählt. Darin wurden alle Artikel aus dem täglich erscheinenden redaktionell betreuten allgemeinen überregionalen Nachrichtenteil der Zeitungen mit Bezug zu einem der 20 Länder Osteuropas analysiert. Für jeden Artikel bzw. das darin berichtete Ereignis wurden u. a. folgende Merkmale codiert (Reliabilitätskoeffizienten nach FRÜH 2001: 179f. in Klammern): *Osteuropabezug* (codiert wurden bis zu zwei Länder, über die im Artikel berichtet wird; Reliabilität 1 bzw. 0,98 für den zweiten Bezug) und *Etablierung* (Beachtungszeitraum des zum Ereignis gehörenden Issues: 0,93).

Als Kovariablen wurden mehrere Indikatoren für den Status und die Nähe jedes der Länder erfasst und einer Faktorenanalyse unterzogen, die drei Dimensionen von *Ländereigenschaften* ergab: Der Status eines Landes ergibt sich u. a. auf der Basis des Bruttoinlandsprodukts und des Verteidigungsetats des Landes. Die *Ähnlichkeit* eines Landes zu westlichen Demokratien basiert u. a. auf der Mitgliedschaft in internationalen Organisationen und dem Ausmaß der Pressefreiheit. Die *räumliche Nähe* basiert auf der räumlichen Entfernung und dem Anteil der deutschsprachigen Bevölkerung in diesem Land.

Als Zielvariable fungiert die Anzahl der Nennungen eines Landes innerhalb einer Zeitung (d. h., jedes Land-Zeitungs-Paar bildet einen Fall). Jedem Fall wurden die Ländereigenschaften zugeordnet sowie als Merkmale der Zeitung der *Zeitungstyp* und die Zeitungsherkunft und schließlich die durchschnittliche *Themenetablierung*.

Im Regressionsmodell stellt die *Artikelanzahl* ($M=8,74$, $SD=14,94$, $Min=0$, $Max=86$) die Zielvariable dar. Wie oft bei Zählvariablen ist die Häufigkeitsverteilung stark rechtsschief ($Schiefe=3,28$): Viele Länder sind in der Berichterstattung gar nicht oder nur mit sehr wenigen Artikeln präsent, während eine größere Anzahl an Artikeln nur auf sehr wenige Länder entfällt. Drei Gruppen von Kovariablen fungieren im Modell als Prädiktoren. Erstens die Merkmale der Zeitung: je eine Dummy-Variable für den *Zeitungstyp* (regional [0] vs. überregional [1]) und die *Zeitungsherkunft* (west- [0] vs. ostdeutsch [1]). Zweitens die Merkmale der Länder: die Faktorwerte für *Status* ($M=0$, $SD=1$), *Ähnlichkeit* ($M=0$, $SD=1$) und *Nähe* ($M=0$, $SD=1$). Drittens die mittlere Themenetablierung in der Berichterstattung zu einem Land als Indikator für das *themengebundene Interesse* am Land ($M=0,56$, $SD=0,64$).

Die Schätzung der Regressionskoeffizienten erfolgte zunächst in einer einfachen KQ-Regression (siehe Tab. 1, Spalte 1). Die F-Statistik zeigt, dass das Modell insgesamt signifikant ist: Es gibt einen Zusammenhang

der Kovariablen mit der Artikelanzahl, wobei die Kovariablen gut 80 Prozent der Varianz der Artikelanzahl erklären, korrigiertes $R^2 = 0,81$. Man würde auf der Grundlage dieser Analyse die Modellgüte als recht hoch einschätzen und nach den Tests der einzelnen Regressionskoeffizienten zu dem Schluss kommen, dass der Zeitungstyp, der Status eines Landes und das thematische Interesse an einem Land die Artikelanzahl beeinflussen. In den Daten resultierte beispielsweise der Anstieg des Status eines Landes um eine Einheit in einer Erhöhung der medialen Resonanz des Landes um durchschnittlich 13 Artikel. Für die Zeitungsherkunft sowie die Ähnlichkeit und Nähe ist nicht von einem systematischen Einfluss auf die Artikelanzahl auszugehen, entsprechende Hypothesen müssten zurückgewiesen werden. Doch ermöglicht diese Analyse überhaupt eine vertrauenswürdige Entscheidung über das Modell und die entsprechenden Hypothesen?

2.2 Probleme

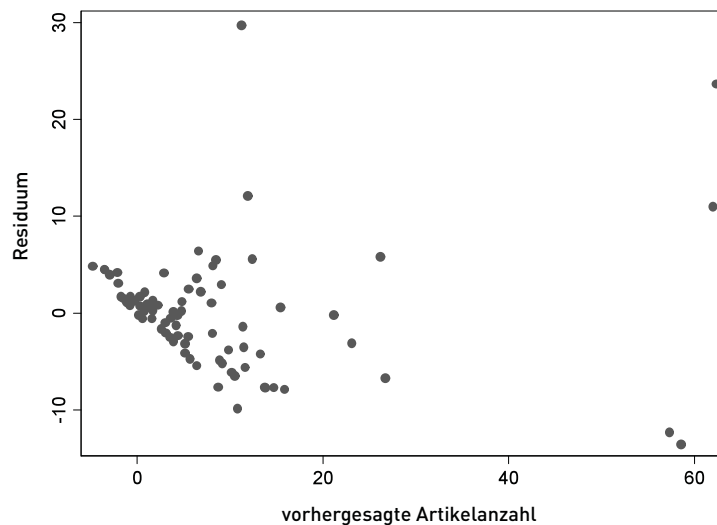
Die Prüfung einiger zentraler statistischer Annahmen von KQ-Regressionen (siehe BERRY 1993) offenbart die typischen Probleme dieser Analysestrategie bei Zählraten.

Eine dieser Prämissen¹ ist die Annahme einer konstanten Varianz der Residuen über den Wertebereich der vorhergesagten Werte (*Homoskedastizität*). Die visuelle Inspektion eines Plots der Residuen e des geschätzten Modells gegen die vorhergesagte Artikelanzahl \hat{Y} offenbart schon auf den ersten Blick einen klaren Fall von Heteroskedastizität (Abb. 1): Die Varianz der Residuen steigt mit der vorhergesagten Artikelanzahl an. Diesen Eindruck bestätigen sowohl eine positive Korrelation der vorhergesagten Artikelanzahl mit dem Betrag der Residuen ($r_{\hat{Y}|e} = 0,62, p < .01$) als auch ein formaler Test auf Streuungsungleichheit (Breusch-Pagan-/Cook-Weisberg-Test für Heteroskedastizität, siehe bspw. FAHRMEIR/KNEIB/LANG 2009: 131f.).

¹ Es wird hier nur ausführlicher auf Prämissen eingegangen, deren Überprüfung die typischen Probleme offenbart, die bei Schätzung von KQ-Regressionen mit Zählraten auftreten. Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass wir in den Daten keine Evidenz für Multikollinearität finden (durchschnittlicher $VIF = 1.07$) und eine marginal signifikante F-Statistik für Autokorrelation der Residuen erster Ordnung ($F(1,72) = 4.09, p = .047$).

ABBILDUNG 1

Plot der Residuen gegen die vorhergesagten Werte der einfachen KQ-Regression



Quelle: Eigene Darstellung

Heteroskedastizität stellt eine Verletzung der Gauss-Markov-Annahmen dar, unter denen die mittels Methode der kleinsten Quadrate ermittelten Schätzer effizient sind. Bei Zähldaten sind KQ-Schätzer der Regressionskoeffizienten zwar unverzerrt, in der Regel aber ineffizient. Die wichtigste praktische Konsequenz von Heteroskedastizität ist, dass die Berechnung der Standardfehler der Koeffizienten mit den standardmässigen (auch in Statistikprogrammen wie SPSS angewandten) Formeln nicht korrekt ist. Da die Standardfehler in die Berechnung der t-Werte eingehen, werden auch diese falsch berechnet, und in der Konsequenz kommt es zu falschen p-Werten für die Regressionskoeffizienten. Konventionelle t-Tests für KQ-Schätzer können bei Heteroskedastizität (und damit bei Zähldaten) nicht mehr gerechtfertigt werden, da sie keine vertrauenswürdige Basis für die Entscheidung über Hypothesen bezüglich der Kovariaten im Modell erlauben. Zwar gibt es (auch für SPSS, siehe HAYES 2005: 300) Möglichkeiten der Berechnung heteroskedastizitätskonsistenter Standardfehler für KQ-Regressionen (die dann wiederum t-Tests rechtfertigen), es tritt aber bei Zähldaten in der Regel ein weiteres Problem auf, das sich nicht so einfach lösen lässt.

Dieses Problem zeigt sich, wenn man den Wertebereich der vorhergesagten Werte betrachtet. Im Datenbeispiel ist $-4,78 \leq \hat{Y} \leq 62,35$, und rund 16 Prozent der vorhergesagten Werte sind negativ. Die Regressionsfunktion erzeugt damit Werte, die die abhängige Variable gar nicht annehmen kann: Es gibt keine »negativen Zählungen«, der Wertebereich ist nach unten durch Null begrenzt. Da die Koeffizienten von KQ-Regressionen also zu unsinnigen Schätzungen führen können, sind sie selbst auch nicht sinnvoll interpretierbar. Darüber hinaus wird durch die Beschränkung des Wertebereichs der abhängigen Variable eine weitere Regressionsprämisse verletzt, gegen deren Gültigkeit die KQ-Methode erwartungstreue und effiziente Schätzer liefert. Bei Zählraten sind KQ-Schätzer deshalb in der Regel auch verzerrt.

Man kann also an dieser Stelle festhalten, dass die einfache KQ-Schätzung bei Zählraten ein unangemessenes Schätzverfahren ist, das in seiner Standardvariante verzerrte, ineffiziente und inhaltlich nicht sinnvolle Koeffizienten liefert. Es erlaubt keine vertrauenswürdigen inferenzstatistischen und inhaltlichen Entscheidungen über den Einfluss der Kovariaten.

Im Folgenden soll deshalb für alternative Analysestrategien betrachtet werden, ob sie eine Lösung für die Probleme liefern.

2.3 Alternativen: Variablentransformationen

Die in Studien zur Nachrichtengeografie angewandten alternativen Analysestrategien beinhalten in der Regel eine Transformation der abhängigen Variable.

Die erste Variante dieses Vorgehens besteht in der *Verwendung relativer statt absoluter Häufigkeiten als abhängige Variable* und der Anwendung der Methode der kleinsten Quadrate zur Schätzung der Regressionsparameter. Entsprechend wird in Studien zur Nachrichtengeografie aus unterschiedlichen Gründen häufig der Anteil der Artikel eines Landes an der gesamten Auslandsberichterstattung (teilweise in Prozent) zur Operationalisierung der medialen Resonanz gewählt (z. B. HAGEN et al. 1998; SCHERER et al. 2006; TIELE 2010; WU 2003). Mit diesem Vorgehen wird (auch wenn es auf der Grundlage theoretischer Erwägungen als die bessere Operationalisierung erscheinen sollte) keines der Probleme gelöst, die bei der Analyse von Zählraten mit KQ-Regressionen auftreten: Die Residualvarianzen sind auch nach dieser Transformation in der Regel nicht homogen, und die ab-

hängige Variable hat auch dann noch einen beschränkten Wertebereich, der dem der vorhergesagten Werte unähnlich ist.²

Die zweite Variante besteht in der Transformation durch *Logarithmieren der Zählvariable* (nachdem eine Konstante addiert wurde) und der Anwendung der Methode der kleinsten Quadrate zur Schätzung der Regressionsparameter. Dieses Vorgehen findet sich in Studien zur Nachrichtengeografie deutlich seltener (z.B. bei GOLAN 2008; WEBER 2010), kann aber bei der Analyse von Zählraten mit KQ-Regressionen typischerweise auftretende Probleme lösen. Dies soll anhand der Beispieldaten illustriert werden. Zur Bildung der Zielvariable des Regressionsmodells wurde zur Artikelanzahl der Wert 1 addiert und diese Summe anschließend logarithmiert ($M=1,61$, $SD=1,08$, $Min=0$, $Max=4,47$). Die Kovariablen des Modells blieben unverändert. Die Ergebnisse der Schätzung mittels Methode der kleinsten Quadrate zeigt Tabelle 1, Spalte 2. Die visuelle Inspektion eines Plots der Residuen des geschätzten Modells gegen die vorhergesagte Zielvariable zeigt keine Anhaltspunkte für Heteroskedastizität, und es gibt keinen Zusammenhang der vorhergesagten Zielwerte mit dem Betrag der Residuen ($r_{\hat{y}el}=0,02$, $p=0,89$). Auch der Breusch-Pagan-Test liefert keine Evidenz für Heteroskedastizität. Ein Blick auf den Wertebereich der vorhergesagten Zielvariable ($0,51 \leq \hat{Y} \leq 4,38$) zeigt zudem, dass er dem Wertebereich der abhängigen Variable ähnlich ist. Die Schätzung sollte somit vertrauenswürdigere inferenzstatistische Entscheidungen ermöglichen. Auch dieses Modell zeigt einen signifikanten Zusammenhang der Kovariablen mit der Zielvariable, wobei die Kovariablen knapp 75 Prozent der Varianz der Zielvariable erklären, korrigiertes $R^2=0,74$. Auf der Grundlage der Schätzung würde man auf einen systematischen Einfluss der Zeitungsherkunft, des Status, der Nähe und des thematischen Länderinteresses schließen, da hier die gewöhnliche t-Statistik für den Inferenztest genutzt werden kann. Problematisch indes ist die Interpretation der Regressionskoeffizienten: Sie quantifizieren jeweils die Veränderung im Logarithmus der um eine Konstante erhöhten Artikelanzahl bei Veränderung der Kovariable um eine Einheit. Diese Interpretation hat keine praktische Aussagekraft. Doch auch wenn die praktische Aussagekraft sekundär ist und man lediglich am Inferenztest interessiert ist, löst diese Auswertungsvariante nicht alle Prob-

² Anzumerken ist an dieser Stelle, dass die in Abschnitt 3 vorgestellten alternativen Regressionsmodelle bei relativen Häufigkeiten (oder Prozentwerten) als abhängiger Variable nicht anwendbar sind, weil relative Häufigkeiten keine Zählungen repräsentieren.

leme von KQ-Regressionen bei Zählraten. Die Schätzer des logarithmierten KQ-Modells sind verzerrt und ineffizient, ihre Größe (und die ihrer Standardfehler) ist von der addierten Konstante abhängig, und im Extremfall kann diese Analysevariante zu anderen Vorzeichen für die Koeffizienten führen, als sie beim Einsatz angemessenerer Schätzverfahren resultieren (siehe ausführlich KING 1988).

TABELLE 1

Regressionskoeffizienten, Standardfehler und p -Werte für das Regressionsmodell

	(1) KQ- Regression 1	(2) KQ- Regression 2	(3) Poisson- Regression	(4) Negativ- Binomial- Regression
Überregionale Zeitung	3.77	0.22	0.36	0.33
Standardfehler	1.49	0.13	0.08	0.16
p -Wert	0.01	0.09	<0.01	0.03
Ostdeutsche Zeitung	1.3	0.26	0.32	0.32
Standardfehler	1.49	0.13	0.08	0.16
p -Wert	0.39	0.04	<0.01	0.04
Status	13.01	0.70	0.68	0.72
Standardfehler	0.76	0.06	0.02	0.06
p -Wert	<0.01	<0.01	<0.01	<0.01
Ähnlichkeit	-1.14	0.04	-0.05	0.03
Standardfehler	0.8	0.07	0.06	0.10
p -Wert	0.16	0.55	0.47	0.79
Nähe	1.4	0.24	0.22	0.26
Standardfehler	0.77	0.07	0.03	0.07
p -Wert	0.08	<0.01	<0.01	<0.01
Thematisches Länder- interesse	3.22	0.74	0.88	1.02
Standardfehler	1.27	0.11	0.09	0.14
p -Wert	0.01	<0.01	<0.01	0.00
Konstante	4.41	0.96	0.70	0.58
Standardfehler	1.47	0.12	0.12	0.18
p -Wert	<0.01	<0.01	<0.01	0.00
α				0.24
Standardfehler				0.07
Modellgüte	$F(6, 73) =$ 55.43 $p < 0.01$	$F(6, 73) =$ 37.65 $p < 0.01$	$lq \chi^2(6) =$ 1001.09 $p < 0.01$	$lq \chi^2(6) =$ 117.05 $p < 0.01$

In der dritten Analysevariante werden die Zählungen in eine Kategorisierung überführt; in der Regel wird die Zählvariable *dichotomisiert*. In Studien zur Nachrichtengeografie repräsentiert die abhängige Variable dann nicht mehr, wie viele Artikel auf ein Land entfallen, sondern ob ein Land überhaupt mediale Resonanz erfährt oder nicht (z. B. bei TIELE 2010). Diese Analysestrategie impliziert in der Regel einen Wechsel des Schätzverfahrens: Der Einfluss der Kovariablen auf die binäre abhängige Variable (0=keine Artikel, 1=Artikel) wird dann im Rahmen logistischer Regressionen mittels Maximum-Likelihood-Schätzung ermittelt. Damit werden die Probleme, die bei KQ-Regressionen auftreten, umgangen. Allerdings wird bei diesem Vorgehen der Informationsgehalt der abhängigen Variable nicht ausgenutzt und die Aussagekraft der Ergebnisse unnötigerweise eingeschränkt.

2.4 Fazit

Alle gängigen Varianten der Analyse von Zähldaten bei Medienresonanzstudien zur Nachrichtengeografie sind mit spezifischen, unterschiedlich problematischen Nachteilen behaftet. Gleichzeitig stellen aber die natürlichen Zahlen eine aussagekräftige und natürliche Skala für Zähldaten dar. Für die Analyse dieser Daten sollte man daher alternativ zur gängigen Praxis Regressionsmodelle erwägen, die den natürlichen Eigenschaften dieser Daten Rechnung tragen (siehe exemplarisch GARDNER/MULVEY/SHAW 1995; KING 1988).

Doch was sind diese ›natürlichen Eigenschaften‹? Welche Informationen über Zähldaten hat man, die für die Analyse nutzbar gemacht werden können?

3. Alternative Regressionsmodelle für Zähldaten

Die Information über Zähldaten, die alternative Analyseverfahren nutzen, ist das Wissen über die *stochastischen Prozesse*, durch die Zähldaten entstehen. Spezifischer: Zählungen werden als Realisationen einer Zufallsvariable mit einer bekannten und von wenigen unbekannten Parametern abhängigen Wahrscheinlichkeitsverteilung betrachtet.

3.1 *Basismodell: Poisson-Regression*

3.1.1 *Poisson-Verteilung und Poisson-Regression*

Bei Zählraten wird standardmäßig angenommen, dass sie das Ergebnis eines Poisson-Prozesses sind (zu den Grundlagen und Varianten von Zählratenregressionsmodellen siehe ausführlich CAMERON/TRIVEDI 1998 sowie WINKELMANN 2008). Die Verteilung der Zufallsvariable wird entsprechend durch eine Poisson-Verteilung beschrieben. Die Poisson-Verteilung ist eine ein-parametrische Verteilung, die vollständig durch den Parameter λ (Lambda) charakterisiert ist. Die Wahrscheinlichkeitsfunktion der Poisson-Verteilung ist gegeben mit

$$f(y|\lambda) = P(Y = y|\lambda) = \frac{e^{-\lambda} \lambda^y}{y!}$$

Die Wahrscheinlichkeit, dass die Zufallsvariable Y einen bestimmten Wert y annimmt (d. h. dass ein Ereignis $0, 1, 2, \dots, k$ Mal eintritt), ist damit lediglich von λ , dem Mittelwertparameter der Verteilung, abhängig, der die Rate bzw. die Anzahl der Ereigniseintritte pro Zeitintervall angibt. Da die Poisson-Verteilung vollständig durch λ beschrieben wird, entspricht sowohl der Erwartungswert als auch die Varianz der Verteilung λ , d. h. $E(y) = V(y) = \lambda$. Die Gleichheit von Erwartungswert und Varianz wird als *Equidispersion* bezeichnet.

Die Grundlage für die Nutzung dieses stochastischen Grundmodells in einem regressionsanalytischen Ansatz bildet die Annahme, dass jeder empirisch beobachtete Wert der Zielvariable (in unserem Beispiel die Anzahl der Beiträge y in jeder Land-Zeitungs-Kombination i) die Realisation einer Poisson-verteilten Zufallsvariable darstellt, deren Wahrscheinlichkeitsfunktion folglich gegeben ist durch

$$f(y_i|\lambda_i) = \frac{e^{-\lambda_i} \lambda_i^{y_i}}{y_i!}$$

mit $i=1, 2, \dots, n$: Anzahl der Beobachtungen.

Für den Regressionsansatz wird der Mittelwertparameter (der ja letztlich bestimmt, welchen Wert y annimmt) von einer Linearkombination von Kovariablen abhängig gemacht, d. h. durch einen linearen Prädiktor ausgedrückt. Der lineare Prädiktor wird dabei in den Exponenten zur

Basis e gesetzt, um zu gewährleisten, dass λ_i positiv ist, weil die Rate nur positive Werte annehmen kann:

$$\lambda_i = e^{(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki})}$$

mit $j=1, 2, \dots, k$: Anzahl der Kovariablen.

Dieser Ausdruck für λ_i wird in die Wahrscheinlichkeitsfunktion eingesetzt, und man erhält eine Gleichung, die die Wahrscheinlichkeit der beobachteten Anzahl als eine Funktion der Kovariablen ausdrückt

$$f(y_i | x_{1i}, x_{2i}, \dots, x_{ki}, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k) = \frac{e^{-(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki})} (\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki})^{y_i}}{y_i!}$$

Diese konditionale Wahrscheinlichkeitsfunktion bildet die Grundlage für die Schätzung der Regressionsparameter β_j .

Das Standardschätzverfahren alternativer Zählmodellen ist die Maximum-Likelihood-Methode (WINKELMANN 2008: 77). Das Schätzverfahren kann hier nicht ausführlich dargestellt werden (siehe dazu ELIASON 1993). Das Grundprinzip von Maximum-Likelihood-Schätzungen (*ML-Schätzung*) besteht darin, diejenigen Regressionsparameter zu ermitteln, die bei den beobachteten Ausprägungen der Zielvariablen und der beobachteten Ausprägungen der Kovariablen über das Gesamtsample am wahrscheinlichsten sind. Dazu wird die sogenannte Likelihood-Funktion gebildet, indem die konditionalen Wahrscheinlichkeitsfunktionen der Beobachtungen multipliziert werden. Die Aufgabe besteht dann darin, die Likelihood-Funktion in Abhängigkeit von den Regressionsparametern zu optimieren – also diejenigen β_j zu finden, bei denen die Likelihood (L) maximal ist. Die praktische Umsetzung der Maximierung erfolgt aus rechentechnischen Gründen mit der logarithmierten Likelihood-Funktion:

$$\ln L(\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k | y_i, x_i) = \ln \left[\prod_{i=1}^n f(y_i | x_{1i}, x_{2i}, \dots, x_{ki}, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k) \right]$$

Mittels iterativer Verfahren werden diejenigen Regressionsparameter ermittelt, bei denen die Log-Likelihood ($\ln L$) maximal ist. Die Werte der Log-Likelihood sind negativ und können maximal den Wert 0 erreichen. Je besser ein geschätztes Modell zu den empirischen Daten passt, desto höher ist seine Log-Likelihood.

Schätzung eines Poisson-Modells

In Tabelle 1, Spalte 3 sind die Ergebnisse der Schätzung eines Poisson-Modells mit den Beispieldaten aufgeführt. Sowohl die Beurteilung der Güte als auch die Interpretation der Koeffizienten des Modells erfolgt bei Poisson-Regressionen anders als bei KQ-Regressionen.

3.1.2 *Beurteilung der Modellgüte*

Wie bei KQ-Regressionen kann auch bei Poisson-Regressionen zunächst insgesamt geprüft werden, ob sich durch die Aufnahme der Kovariablen ins Regressionsmodell die Vorhersagekraft des Modells verbessert. Die Beurteilung der Modellanpassung umfasst dabei mindestens zwei Aspekte: Die *Signifikanz der Modellanpassung* und eine *Quantifizierung des Prognosegewinns*.

Zur Beurteilung der Signifikanz der Modellanpassung gibt es verschiedene Testmöglichkeiten (siehe CAMERON/TRIVEDI 1998: 44f.), wobei der *Log-Likelihood-Quotienten-Test* (LQ-Test) in der praktischen Anwendung die populärste ist (LONG/FREESE 2006: 99). Der Test beruht auf einem Vergleich der Log-Likelihood eines Modells, in dem alle Parameter simultan null sind (das also nur eine Konstante enthält und keine Kovariablen) mit der Log-Likelihood des geschätzten Modells. Das geschätzte, sogenannte ›unrestringierte Modell‹ wird mit einem Modell verglichen, für das die Restriktion $\beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$ gelten soll (restringiertes Modell). Wenn die Log-Likelihood des unrestringierten Modells (lnL_u) signifikant größer ist als die des restringierten Modells (lnL_r), ist die implizierte Nullhypothese ($H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$) abzulehnen, und es kann angenommen werden, dass die Kovariablen des Regressionsmodells signifikant zur Vorhersage der Zielvariable beitragen. Als Testgröße fungiert die Log-Likelihood-Quotienten-Statistik (lq, siehe FAHRMEIR/KNEIB/LANG 2009: 475f.):

$$lq = 2(lnL_u - lnL_r) = -2(lnL_r - lnL_u)$$

lq ist approximativ χ^2 -verteilt mit j Freiheitsgraden. Im vorliegenden Datenbeispiel ist die Log-Likelihood des geschätzten Poisson-Modells (Tab. 1, Spalte 3) mit -233,08 deutlich höher als die des restringierten Modells (-723,63), das nur die Konstante enthält. lq ist mit 1001,09 größer als der bei 6 Freiheitsgraden vertafelte χ^2 -Wert bei $p = 0,01$ (13,27). Der Zugesinn an Likelihood durch Aufnahme der Kovariablen ins Modell ist damit

hochsignifikant, und wir können annehmen, dass die beiden Zeitungsmerkmale, die drei Ländermerkmale und das thematische Länderinteresse insgesamt signifikant zur Erklärung der Medienpräsenz eines Landes in einer Zeitung beitragen.

Zur Quantifizierung des *Prognosegewinns* wurde eine Reihe deskriptiver Maße entwickelt, die sich alle mehr oder weniger stark an der Logik des aus KQ-Regressionen bekannten R^2 -Maßes orientieren und deshalb allgemein als Pseudo- R^2 -Maße gelten. Bei Zähldaten werden in der Praxis am häufigsten (Log-)Likelihood-basierte Maße eingesetzt. Das einfachste dieser Maße ist *McFadden's R^2* (auch »einfaches Pseudo- R^2 «, LONG/FREESE 2006: 109):

$$R_{McF}^2 = 1 - \frac{\ln L_u}{\ln L_r}$$

Dieser Log-Likelihood-Verhältnisindex quantifiziert den Zugewinn an Log-Likelihood, der aus der Aufnahme der Kovariablen in das Regressionsmodell resultiert (im Datenbeispiel ist $R_{McF}^2 = 0,69$). In Ergänzung des Signifikanztests vermittelt er einen Eindruck davon, wie groß der Prognosegewinn gegenüber dem restringierten Modell ist. Weitere (Log-)Likelihood-basierte Pseudo- R^2 -Maße (siehe LONG/FREESE 2006: 104ff.) korrigieren z. B. für die Anzahl der Kovariablen im Modell und normieren die Maßzahl, sodass sie maximal den Wert 1 annehmen kann. Von diesen normierten Maßen wird *Nagelkerke's R^2* am ehesten standardmäßig berichtet. Neben den Likelihood-basierten Maßen wurde eine Reihe sogenannter »devianzbasierter Maße« entwickelt, deren praktische Anwendung aber trotz deutlicher Vorzüge aufgrund derzeit fehlender Implementierung in gängigen Softwarepaketen (wie SPSS) wenig verbreitet ist, die sich aber auf der Grundlage der Formeln (siehe CAMERON/TRIVEDI 1998: 153ff.) auch per Hand berechnen lassen.

3.1.3 Interpretation der Regressionskoeffizienten

Ist die Gültigkeit des stochastischen Modells gegeben, haben ML-Schätzer mehrere wünschenswerte Eigenschaften: sie sind *konsistent, effizient und normalverteilt* (CAMERON/TRIVEDI 1998: 23; FAHRMEIR/KNEIB/LANG 2009: 475), sodass korrekte Standardfehler berechnet und Signifikanztests für die geschätzten Parameter durchgeführt werden können. Im Poisson-Modell für die Beispieldaten sind die Parameter aller Kovariablen bis auf Ähnlich-

keit hochsignifikant (siehe Tab. 1, Spalte 3). Im Gegensatz zum κQ -Modell kommt man hier zu dem Schluss, dass auch die Herkunft der Zeitung beeinflusst, wie präsent ein osteuropäisches Land in einer Zeitung ist.

Im Gegensatz zu κQ -Regressionen sind bei Poisson-Regressionen die Kovariablen nicht linear mit der Zielvariable verknüpft, sondern stehen im Exponenten zur Basis e . Aus den Eigenschaften von Potenzen folgt, dass

$$\hat{\lambda} = e^{(b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k)} = e^{b_0} \times e^{b_1 X_1} \times e^{b_2 X_2} \times \dots \times e^{b_k X_k}$$

Man sieht, dass Veränderungen in den Kovariablen zu *multiplikativen* Veränderungen in den vorhergesagten Werten führen – im Gegensatz zu κQ -Regressionen, bei denen Veränderungen in den Prädiktoren zu *additiven* Veränderungen in den vorhergesagten Werten führen. Entsprechend verändert sich auch die Interpretation der geschätzten Regressionskoeffizienten (siehe CAMERON/TRIVEDI 1998: 80ff.). Regressionskoeffizienten quantifizieren die Veränderung der Zielvariable bei Änderung der Kovariablen um eine Einheit. Für eine einzelne Kovariable ist der Effekt der Veränderung um eine Einheit auf die Zielvariable

$$e^{b_1(X_1+1)} = e^{b_1 X_1 + b_1} = e^{b_1 X_1} \times e^{b_1}$$

Aus den Potenzgesetzen folgt also, dass bei Veränderung der Kovariable um eine Einheit die vorhergesagte Anzahl $\hat{\lambda}$ mit dem Faktor e^{b_1} zu *multiplizieren* ist. Die in Poisson-Regressionen geschätzten Parameter lassen sich dann einfach als *Änderungsfaktoren* (auch: incidence rate ratios) interpretieren, wenn man sie in den Exponenten zur Basis e setzt.

Dies soll an zwei Kovariablen im Datenbeispiel illustriert werden: Für die Kovariable ›Status‹ wurde ein Rohkoeffizient von $b=0,68$ geschätzt. Bei Erhöhung des Status eines Landes um eine Einheit ist durchschnittlich das $e^{0,68}=1,97$ -fache an Artikeln zu diesem Land in einer Zeitung zu erwarten. Für die Variable ›Zeitungsherkunft‹ lässt sich der Koeffizient wie folgt interpretieren: In ostdeutschen Zeitungen sind im Durchschnitt $e^{0,32}=1,37$ -mal mehr Artikel pro osteuropäischem Land zu erwarten als in westdeutschen Zeitungen.

3.1.4 Probleme und Alternativen

Empirisch beobachtete Zählraten werden häufig nicht den restriktiven Annahmen der einfachen Poisson-Regression gerecht. Eine Prämisse von

Poisson-Regressionen ist, dass der Erwartungswert der Varianz entspricht (*Equidispersion*). Eines der häufigsten praktischen Probleme bei der Zähl-datenanalyse ist, dass die konditionale Varianz der Residuen größer ist als der konditionale Mittelwert, also die vorhergesagte Anzahl (*Überdispersion*). Dies kann z. B. auftreten, wenn es Unterschiede in der beobachteten Zielvariable gibt, die durch das Regressionsmodell nicht erklärt werden. Die einfache Poisson-Regression lässt aber keine unerklärte Variabilität zwischen den Beobachtungseinheiten zu (wie oben zu sehen ist, enthält die konditionale Mittelwertfunktion keinen Fehlerterm).

Bei Überdispersion werden die Maximum-Likelihood-Standardfehler der Regressionskoeffizienten nicht korrekt berechnet (sie sind zu klein), was zu einer Überschätzung der Signifikanz führt (CAMERON/TRIVEDI 1998: 59f.). Aus diesem Grund wurden verschiedene Verfahren entwickelt, um auf Überdispersion zu testen und diese in Spezialmodellen zu berücksichtigen (siehe allgemein CAMERON/TRIVEDI 1998).

Am komfortabelsten ist es aber, als Grundlage für die Maximum-Likelihood-Schätzung eine allgemeinere Verteilung zu spezifizieren, die keine Equidispersion voraussetzt. Standardmäßig wird bei Zähl-daten dazu die *Negativ-Binomial-Verteilung* genutzt (CAMERON/TRIVEDI 1998: 60).

3.2 *Negativ-Binomial-Regression: Standardmodell für die Analyse von Zähl-daten*

3.2.1 *Negativ-Binomial-Verteilung und Negativ-Binomial-Regression*

Die Negativ-Binomial-Regression basiert auf der Annahme, dass die Zufallsvariable, deren Realisationen mit den Zähl-daten beobachtet wurden, einer Negativ-Binomial-Verteilung folgt mit einem Erwartungswert $E(y) = \lambda$ und einer Varianz $V(y) = \lambda + \alpha \lambda^2$.

Die Interpretation und Herleitung der Negativ-Binomial-Verteilung sowie deren Wahrscheinlichkeitsfunktion sind relativ komplex (siehe CAMERON/TRIVEDI 1998: 100ff.). Im Gegensatz zur einfachen Poisson-Verteilung handelt es sich um eine *zweiparametrische* Verteilung. Die Wahrscheinlichkeit, dass die Zufallsvariable Y einen bestimmten Wert y annimmt (d. h., dass ein Ereignis $0, 1, 2, \dots, k$ Mal eintritt), ist einerseits abhängig von λ , dem Mittelwertparameter der Verteilung, und α , einem sogenann-

ten *Dispersionsparameter*. Beachtenswert ist außerdem, dass Poisson- und Negativ-Binomial-Verteilung den gleichen Erwartungswert haben (λ) und sich die Varianz lediglich aufgrund von α unterscheidet. Wenn $\alpha = 0$, entspricht auch die Varianz der Negativ-Binomial-Verteilung der Poisson-Verteilung, und die Negativ-Binomial-Regression reduziert sich zu einer einfachen Poisson-Regression (worin auch der Schlüssel für einen Test auf Überdispersion liegt). Bei $\alpha > 0$ ist die Varianz größer als der Erwartungswert, wodurch die Negativ-Binomial-Verteilung die Modellierung von Überdispersion im Regressionsansatz erlaubt.

Die Negativ-Binomial-Verteilung wird nach der gleichen Logik in einem Regressionsansatz genutzt wie die Poisson-Verteilung: Zunächst wird eine von den Kovariablen abhängige Mittelwertfunktion gebildet. Diese wird in die Wahrscheinlichkeitsfunktion eingesetzt, die dann wiederum zur Bildung der Log-Likelihood-Funktion verwendet wird. Damit kann das Negativ-Binomial-Modell mittels Maximum-Likelihood-Methode geschätzt werden. Neben den Regressionsgewichten wird bei Negativ-Binomial-Regressionen auch der Parameter α geschätzt.

3.2.2 Prüfung der Poisson-Regressionssprämisse im Rahmen der Negativ-Binomial-Regression

In Tabelle 1, Spalte 4 sind die Ergebnisse der Schätzung eines Negativ-Binomial-Modells mit den Beispieldaten aufgeführt. Wie angedeutet, lässt sich eine zentrale Prämisse der Poisson-Regression durch Schätzung eines Negativ-Binomial-Modells testen.

Im Datenbeispiel ist der Schätzer für α mit 0,24 größer als 0, was Überdispersion signalisiert. Im Poisson-Modell sind die geschätzten Standardfehler also vermutlich zu klein, und es bildet keine vertrauenswürdige Basis für einen Inferenztest.

Zusätzlich kann man direkt mit einem Log-Likelihood-Quotienten-Test prüfen, ob durch Aufgabe der Restriktion $\alpha = 0$ eine bessere Modelanpassung erreicht wird. Wie oben ausgeführt, reduziert sich das Negativ-Binomial-Modell unter der Restriktion $\alpha = 0$ zu einem Poisson-Modell. Da dieses Modell bereits geschätzt wurde (Tab. 1, Spalte 3), wissen wir, dass $\ln L_r = -223,08$. Im Negativ-Binomial-Modell wird diese Restriktion aufgegeben, und α wird frei geschätzt. Die Log-Likelihood dieses unrestrictierten Modells ist $\ln L_u = -194,50$. Mit diesen beiden Werten lässt sich

einfach eine Log-Likelihood-Quotienten-Statistik berechnen (s. o.) und damit testen, ob der Zugewinn an Likelihood durch Aufgabe der Restriktion signifikant ist. Im Datenbeispiel ist $lq = 57,16$, $p < 0,01$.³ Die Nullhypothese ($\alpha = 0$) ist also zurückzuweisen.

Mit dem Schätzer für α und dem Likelihood-Quotienten-Test kann man also relativ einfach die Poisson-Regressionsprämissen im Rahmen der Durchführung einer Negativ-Binomial-Regression testen. Im Datenbeispiel ist die Prämisse als verletzt zu betrachten, und Inferenzschlüsse sollten daher auf den Ergebnissen der Negativ-Binomial-Regression basieren und nicht auf dem Poisson-Modell.

3.2.3 *Modellgüte und Interpretation der Koeffizienten*

Die Beurteilung der Modellgüte und die Interpretation der Koeffizienten sind in der Negativ-Binomial-Regression analog zur Poisson-Regression. Das mit den Beispieldaten geschätzte Negativ-Binomial-Modell lässt sich wie folgt beschreiben:

Durch die Aufnahme der Kovariablen in das Modell erhöht sich die Log-Likelihood um gut 23 Prozent ($R^2_{MCF} = 0,23$) gegenüber einem Modell ohne Kovariablen. Der LQ-Test zeigt, dass dieser Zugewinn an Likelihood hochsignifikant ist: $lq \chi^2(6) = 117,05$, $p < 0,01$. Die Kovariablen tragen damit insgesamt zur Erklärung der Artikelanzahl pro Land in einer Zeitung bei.

Das geschätzte Negativ-Binomial-Modell zeigt, dass fünf der sechs Kovariablen einen signifikanten Erklärungsbeitrag leisten. In überregionalen Zeitungen sind im Durchschnitt $e^{0,33} = 1,39$ -mal so viele Artikel pro Land zu erwarten wie in regionalen, in ostdeutschen Zeitungen 1,38-mal mehr als in westdeutschen. Von den berücksichtigten Ländermerkmalen stehen zwei in einer positiven Beziehung zur Medienpräsenz eines Landes: Bei Erhöhung des Status eines Landes um eine Einheit verdoppelt sich die erwartete Artikelanzahl pro Land in einer Zeitung ($e^{0,72} = 2,05$). Der Regressionskoeffizient für Nähe ist 0,26, deshalb ist $e^{0,26} = 1,30$ der vorhergesagte multiplikative Effekt des Anstiegs der Nähe um eine Einheit auf die Anzahl

3 Die Testgröße ist in diesem Falle nicht χ^2 -verteilt, weshalb Statistikprogramme, die diesen Test anbieten (z. B. Stata), automatisch eine Anpassung des Signifikanzniveaus vornehmen.

der Artikel, wenn alle anderen Modellvariablen konstant gehalten werden. Ebenso lässt sich der Änderungsfaktor für das thematische Länderinteresse bestimmen ($e^{1,02} = 2,77$).

In der Gegenüberstellung des Poisson- und des Negativ-Binomial-Modells sieht man, dass die Standardfehler der geschätzten Koeffizienten im Letzteren deutlich größer sind. Aufgrund von Überdispersion wurden sie im Poisson-Modell unterschätzt. Das Negativ-Binomial-Modell stellt damit die vertrauenswürdigste Grundlage für Inferenzschlüsse dar. Im Vergleich des Negativ-Binomial-Modells mit dem einfach kQ-Modell (Tab 1, Spalte 1) wird exemplarisch deutlich, dass man durch Anwendung eines angemesseneren Analyseverfahrens für Zählraten auch zu substanziell anderen Schlussfolgerungen kommen kann: Hätte man auf der Basis der kQ-Regression eine Hypothese über den Einfluss der Zeitungsherkunft zurückweisen müssen, kann man sie auf der Basis des Negativ-Binomial-Modells annehmen. Das Gleiche gilt für das Ländermerkmal ›Nähe‹.

3.2.4 Interaktionsterme

Wie bei kQ-Regressionen kann man in Poisson- und Negativ-Binomial-Reggressionsmodellen Interaktionen zwischen Kovariablen bei der Modellspezifikation durch multiplikative Terme berücksichtigen.

In der Medienresonanzstudie zur Nachrichtengeografie Osteuropas wurde beispielsweise vermutet, dass sich die Effekte von Ähnlichkeit und Nähe wechselseitig bedingen. Es soll daher im Rahmen des Negativ-Binomial-Modells geprüft werden, ob der Effekt der Nähe auf die Artikelanzahl je nach Ähnlichkeit des Landes variiert und äquivalent dazu der Effekt der Ähnlichkeit von der Nähe abhängig ist. Zur Prüfung wurde der Produktterm *Ähnlichkeit* \times *Nähe* in das Modell aufgenommen und erneut geschätzt.

Der Schätzer des Interaktionsterms in diesem Modell ist signifikant ($b_{\text{Ähnlichkeit} \times \text{Nähe}} = 0,60, SE = 0,16, p < 0,01$), was diese Modellspezifikation rechtfertigt und darauf hindeutet, dass es tatsächlich einen konditionalen, d. h. von der Ähnlichkeit abhängigen Einfluss der Nähe auf die Artikelanzahl gibt. Die Analyse zeigt, dass die Nähe eines Landes bei durchschnittlicher Ähnlichkeit keinen Effekt hat ($b_{\text{Nähe}} = 0,05, SE = 0,08, n. s.$), wie auch Ähnlichkeit bei mittlerer Nähe die Artikelanzahl nicht beeinflusst ($b_{\text{Ähnlichkeit}} = -0,02$,

$SE = 0,10$, n. s.).⁴ Der Schätzer des Interaktionsterms signalisiert, dass sich der Einfluss der Nähe signifikant verstärkt, wenn die Ähnlichkeit zunimmt, und vice versa.

Die Interpretation des geschätzten Koeffizienten des Interaktionsterms ist nicht identisch mit der Interpretation in KQ-Regressionen. Die Frage nach der angemessenen Interpretation von Interaktionen in nicht-linearen Modellen wie den hier vorgestellten Zähldatenmodellen wird in der Literatur aktuell diskutiert (AI/NORTON 2003; BUIS 2010; GREENE 2010). Zuletzt plädierte Greene (2010) dafür, Interaktionen auf der Basis der Implikationen des spezifizierten Modells zu interpretieren. Eine Anleitung, wie dies in Zähldatenmodellen anhand der Berechnung von ›incidence rate ratios‹ auf einzelnen Stufen der an der Interaktion beteiligten Kovariablen durchgeführt werden kann, gibt Hilbe (2011).

3.2.5 Unterschiedliche Expositionszeiten

Poisson- und Negativ-Binomial-Modelle nehmen an, dass das Zeitintervall, in dem die gezählten Ereignisse auftreten, für alle Beobachtungseinheiten identisch ist. In unserem Datenbeispiel ist das der Fall, da die Anzahl der Artikel zu jedem Land über den gleichen Stichprobenzeitraum gezählt wurde. Häufig ist es bei Zähldaten aber so, dass die einzelnen Beobachtungseinheiten unterschiedliche Expositionszeiten haben, also unterschiedlich lange dem ›Risiko‹ ausgesetzt waren, dass ein Ereignis eintritt. Will man z. B. die Anzahl der Nutzerkommentare pro Nachricht auf einer journalistischen Website erklären, ist es von Bedeutung, wie lange eine Nachricht bereits online ist: Ältere Nachrichten haben eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass das Ereignis ›Kommentierung‹ bereits eingetreten ist, als jüngere.

Variable Expositionszeiten lassen sich in Zähldatenregressionen einfach modellieren, indem man den natürlichen Logarithmus der Expositionszeit in die konditionale Mittelwertfunktion aufnimmt (LONG/FRESE 2006: 370f.): Wenn t_i die Expositionsdauer und λ_i die Ereignisrate der Beobachtung i für eine Zeiteinheit ist, dann ist $\lambda_i t_i$ die erwartete Ereignisanzahl in der gesamten Periode t_i . Die konditionale Mittelwertfunktion ist dann

4 Alle übrigen Effekte des Modells bleiben nach Hinzunahme des Interaktionsterms signifikant.

$$\lambda_i t_i = e^{(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki} + \ln t_i)}$$

Um den Effekt unterschiedlicher Expositionszeiten zu berücksichtigen, muss also der *natürliche Logarithmus* der Expositionsdauer als Kovariable ins Modell aufgenommen werden (wobei ihr Regressionskoeffizient auf den Wert 1 festgelegt wird).⁵

3.3 Weiterführende Aspekte der Zählratenanalyse

Poisson- und Negativ-Binomial-Regression stellen die Standardmodelle für die Analyse von Zählraten dar. Für beide wurde in diesem Kapitel in die Grundlogik des Regressionsansatzes und des Schätzverfahrens, zentrale Prämissen sowie in Möglichkeiten der Interpretation und Bewertung der Analysen eingeführt. Darüber hinausgehend gibt es weitere Möglichkeiten, geschätzte Modelle zu evaluieren und bestimmten Problemen Rechnung zu tragen. Allerdings stehen anwendungsorientierten Nutzern diese Möglichkeiten nicht in allen Computerprogrammen in fertigen Prozeduren zur Verfügung, weshalb sie hier nur der Vollständigkeit halber genannt werden.

Zur Modellevaluation empfehlen Cameron und Trivedi (1998: 140ff.) grafische Analysen der Residuen (Abweichungsresiduen). Auf der Basis eines Plots der Residuen gegen die vorhergesagten Werte lässt sich bspw. etwas darüber aussagen, wie gut die Vorhersage bei verschiedenen Werten der abhängigen Variable ist. Weitere Möglichkeiten der Regressionsdiagnostik in Zählratenmodellen beschreiben Cox, West und Aiken (2009).

Die vorgestellten Standardmodelle können suboptimal sein in Situationen, in denen die Beobachtungen entweder sehr wenige oder sehr viele Nullwerte enthalten (d. h., es gibt keine Fälle, bei denen das interessierende Ereignis nie aufgetreten ist, oder es gibt sehr viele Fälle, bei denen das nie geschehen ist). In solchen Situationen sollte man erwägen, Spezialmodelle zu schätzen (siehe LONG 1997) und diese mit den Standardmodellen zu vergleichen, um ein geeignetes Modell auswählen zu können (siehe dazu auch LONG/FRESE 2006).

⁵ Das wird in SPSS über die Berücksichtigung einer sog. »Offset-Variable« realisiert. Es ist darauf zu achten, die Expositionsdauer zu *logarithmieren*.

4. Zusammenfassung und Anwendungsempfehlung

Zählungen repräsentieren in vielen Bereichen der kommunikationswissenschaftlichen Forschung eine bedeutsame und aussagekräftige abhängige Variable. Besonders wenn es darum geht, die Medienresonanz unterschiedlichster Objekte zu erklären, fallen auch im Rahmen von Inhaltsanalysen häufig Zähldaten als Indikatoren der medialen Resonanz an.

Auf der Basis einer Studie zur medialen Resonanz der Länder Osteuropas wurde illustriert, wie abhängige Zählvariablen gegenwärtig analysiert werden und welche Probleme damit verbunden sind. Die dominierende Praxis bei der Analyse von Zähldaten in regressionsanalytischen Ansätzen ist die Schätzung der Regressionskoeffizienten mittels Methode der kleinsten Quadrate. Es wurde gezeigt, dass Zähldaten typischerweise zentrale Prämissen verletzen, die dieses Vorgehen rechtfertigen. In der Konsequenz führt diese Praxis zu verzerrten, ineffizienten und inhaltlich nicht sinnvollen Regressionskoeffizienten und erlaubt zudem keine vertrauenswürdigen inferenzstatistischen Entscheidungen (s. a. GARDNER/MULVEY/SHAW 1995; KING 1988). Aus diesem Grund sollte bei der Analyse von Zähldaten auf angemessenere Verfahren ausgewichen werden. Variablentransformationen stellen dazu nur bedingt eine Alternative dar, da sie die Probleme, die bei der Analyse von Zähldaten in KQ-Regressionen auftreten, nicht in jedem Fall lösen oder die Aussagekraft der Ergebnisse unnötig einschränken.

Aus diesem Grund sollte die Analyse von Zähldaten standardmäßig im Rahmen der hier vorgestellten alternativen Regressionsmodelle erfolgen (siehe u. a. bereits KING 1988). Die meisten modernen Computerprogramme zur statistischen Datenanalyse, darunter Stata, SAS und SPSS, beinhalten heute Prozeduren, mit denen sich diese Analysen bequem durchführen lassen. Im Beitrag wurden die Grundlogik und die Prämissen der Regressionsansätze erläutert, und es wurde in Möglichkeiten der Interpretation und Bewertung der Analysen eingeführt. Dadurch sollte anwendungsorientierten Nutzerinnen und Nutzern der Zugang zu diesen Verfahren erleichtert werden.

Weitere Orientierung soll der abschließende Vorschlag für ein Standardvorgehen bei der Analyse von Zähldaten in Regressionsansätzen geben:

1. Als ersten Schritt empfehlen wir die *Schätzung eines Negativ-Binomial-Regressionsmodells*. Wie erläutert, stellt die Negativ-Binomial-Re-

gression das weniger voraussetzungsreiche Analyseverfahren dar (es verlangt keine Equidispersion) und bildet damit bei empirisch beobachteten Zählraten häufig das angemessene Modell. Negativ-Binomial-Regressionen lassen sich auch mit SPSS sehr einfach im Rahmen »Verallgemeinerter linearer Modelle« schätzen.⁶

2. Im zweiten Schritt sollte geprüft werden, ob es tatsächlich *Hinweise auf Überdispersion* gibt, die ja die Schätzung des Negativ-Binomial-Modells in der Regel motiviert. Wie oben erläutert, gibt es zwei Möglichkeiten, dies zu prüfen: einerseits auf der Basis des geschätzten Wertes für den Dispersionsparameter α im Regressionsmodell und andererseits durch einen LQ-Test zum Vergleich des Negativ-Binomial- mit dem Poisson-Modell.⁷
3. Gibt es keine Hinweise auf Überdispersion, sollte ein Poisson-Modell geschätzt werden. Auch Poisson-Regressionen lassen sich in SPSS im Rahmen »Verallgemeinerter linearer Modelle« schätzen.⁸
4. Beurteilung der Güte des geschätzten Modells auf der Basis eines LQ-Tests und Quantifizierung des Prognosegewinns durch ein oder mehrere Pseudo- R^2 -Maße. In SPSS wird der LQ-Test automatisch durchgeführt (»Omnibus Test«). Pseudo- R^2 -Maße können in SPSS gegenwärtig nicht berechnet werden. Schätzt man aber zusätzlich ein Modell ohne Kovariablen, erhält man die Log-Likelihood des restringierten Modells, und man kann mit oben angegebener Formel sehr einfach McFadden's R^2 berechnen.

6 Die SPSS-Syntax für die Schätzung eines Negativ-Binomial-Modells mit einer Zielvariable y und zwei Kovariablen x_1 und x_2 ist:

```
GENLIN y WITH x1 x2
/MODEL x1 x2 INTERCEPT=YES
DISTRIBUTION=NEGBIN(MLE) LINK=LOG
/CRITERIA METHOD=NEWTON.
```

7 Dieser LQ-Test wird bei Schätzung eines Negativ-Binomial-Modells gegenwärtig von SPSS nicht berechnet. Bei der Arbeit mit SPSS sollte man sich daher nur auf den geschätzten Wert für α konzentrieren (er wird in der Tabelle der Parameterschätzer als Regressionskoeffizient in der Zeile (negativ binomial) angezeigt). Wenn er ungleich null ist, ist das Negativ-Binomial-Modell die bessere Wahl. Zusätzlich sollte ein Poisson-Modell geschätzt und dessen Log-Likelihood mit der des Negativ-Binomial-Modells verglichen werden. Wenn $\alpha > 0$, sollte das Negativ-Binomial-Modell auch die größere Log-Likelihood haben.

8 SPSS-Syntax:

```
GENLIN y WITH x1 x2
/MODEL x1 x2 INTERCEPT=YES
DISTRIBUTION=POISSON LINK=LOG
/CRITERIA METHOD=NEWTON.
```

5. Prüfung der *Regressionskoeffizienten*.⁹ Ist man an einer inhaltlichen Interpretation der Koeffizienten interessiert, empfehlen wir die Interpretation als Änderungsfaktoren.¹⁰
6. Für die Darstellung von Schätzungen und ihrer Ergebnisse in Publikationen empfehlen wir auf der Basis der hier eingeführten Grundkonzepte, folgende Dinge zu *berichten*:
 - a. Zur Beurteilung der Modellgüte die Log-Likelihood des Modells und das Ergebnis des LQ-Tests (inkl. Testwert, Freiheitsgrade und Signifikanzniveau).
 - b. Zur Beurteilung der Angemessenheit der Modellwahl den Dispersionsparameter α (für das Negativ-Binomial-Modell) inkl. seines Standardfehlers. Daneben entweder das Konfidenzintervall des Parameters oder das Ergebnis des LQ-Tests, der Negativ-Binomial mit Poisson-Modell vergleicht.
 - c. Für die geschätzten Parameter neben den Rohkoeffizienten und ihren Standardfehlern entweder deren Konfidenzintervalle, die Ergebnisse des t- bzw. z-Tests für die Koeffizienten (wie in unserem Datenbeispiel) oder das Ergebnis des Wald-Tests für jeden Koeffizienten.

Dies sollte einen Eindruck davon vermitteln, dass die Schätzung der alternativen Regressionsmodelle nicht aufwendiger ist als die Schätzung von KQ-Regressionen. Da die vorgestellten Standardmodelle zudem vertrauenswürdiger Entscheidungen über Hypothesen ermöglichen, sollten sie statt der bisher weitverbreiteten Analysevarianten verstärkt zum Einsatz kommen.

⁹ In SPSS werden die Regressionskoeffizienten nicht mittels z-Test geprüft, sondern u. a. im Rahmen von Log-Likelihood-Quotienten-Tests (Tabelle »Test der Modelleffekte«). Dazu wird jeweils die Log-Likelihood des geschätzten unrestringierten Modells mit der Log-Likelihood eines Modells mit der Restriktion $\beta_i = 0$ verglichen. Ist die Log-Likelihood des unrestringierten Modells signifikant höher als die des restringierten Modells, kann die implizierte Nullhypothese (der Einfluss der Kovariable ist null) zurückgewiesen werden. Dieser Test wird für alle Kovariablen im Modell durchgeführt und ermöglicht so die Prüfung von Hypothesen über die einzelnen Kovariablen.

¹⁰ Durch den Zusatz »/print solution (exponentiated)« in der SPSS-Syntax werden die Änderungsfaktoren (»incidence rate ratios«) in SPSS automatisch mitberechnet und ausgegeben.

Literatur

- AHERN, THOMAS J.: Determinants of Foreign Coverage in U.S. Newspapers. In: STEVENSON, R. L.; SHAW, D. L. (Hrsg.): *Foreign News and the New World Information Order*. Ames IA [The Iowa State University Press] 1984, S. 217 - 236
- AI, CHUNRONG ; NORTON, EDWARD C.: Interaction Terms in Logit and Probit Models. In: *Economics Letters* 80 (2003), S. 123 - 129
- BERRY, WILLIAM DALE: *Understanding Regression Assumptions*. Newbury Park, Calif. [SAGE] 1993
- BUIS, MAARTEN L.: Stata tip 87: Interpretation of Interactions in Non-linear Models. In: *The Stata Journal*, 10 (2), 2010, S. 305 - 308
- CAMERON, ADRIAN COLIN ; TRIVEDI, PRAVIN K.: *Regression Analysis of Count Data*. Cambridge [Univ. Press] 1998
- COXE, STEFANY ; WEST, STEPHEN G. ; AIKEN, LEONA S.: The Analysis of Count Data: A Gentle Introduction to Poisson Regression and Its Alternatives. In: *Journal of Personality Assessment*, 91 (2), 2009, S. 121 - 136
- DIEFENBACH, DONALD L.; WEST, MARK D.: Violent Crime and Poisson Regression: A Measure and Method for Cultivation Analysis. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45 (3), 2001, S. 432 - 445
- DYLKO, IVAN B.: An Examination of Methodological and Theoretical Problems Arising from the Use of Political Participation Indexes in Political Communication Research. In: *International Journal of Public Opinion Research*, 22 (4), 2010, S. 523 - 534
- ELIASON, SCOTT R.: *Maximum Likelihood Estimation. Logic and Practice*. Newbury Park, Calif. [Sage Publ.] 1993
- FAHRMEIR, LUDWIG ; KNEIB, THOMAS ; LANG, STEFAN: *Regression: Modelle, Methoden und Anwendungen*. 2. Auflage. Berlin, Heidelberg [Springer-Verlag] 2009
- FREUDENBURG, WILLIAM R.; COLEMAN, CYNTHIA-LOU; GONZALES, JAMES; HELGELAND, CATHERINE: Media Coverage of Hazard Events: Analyzing the Assumptions. In: *Risk Analysis*, 16 (1), 1996, S. 31 - 42
- FRÜH, WERNER: *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. 5., überarbeitete Auflage. Konstanz [UVK] 2001
- GARDNER, WILLIAM ; MULVEY, EDWARD P. ; SHAW, ESTHER C.: Regression Analyses of Counts and Rates: Poisson, Overdispersed Poisson, and Negative Binomial Models. In: *Psychological Bulletin*, 118 (3), 1995, S. 392 - 404

- GOLAN, GUY J.: Where in the World is Africa? Predicting Coverage of Africa by US Television Networks. In: *International Communication Gazette*, 70 (1), 2008, S. 41-57
- GREENE, WILLIAM H.: Testing Hypotheses About Interaction Terms in Nonlinear Models. In: *Economics Letters*, 107, 2010, S. 291-296
- HAGEN, LUTZ M.; BERENS, HARALD; ZEH, REIMAR; LEIDNER, DANIELA: Ländermerkmale als Nachrichtenfaktoren: Der Nachrichtenwert von Ländern und seine Determinanten in den Auslandsnachrichten von Zeitungen und Fernsehen aus 28 Ländern. In: HOLTZ-BACHA, CHR.; SCHERER, H.; WALDMANN, N. (Hrsg.): *Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Für Winfried Schulz*. Opladen [Westdeutscher Verlag] 1998, S. 59-81
- HAYES, ANDREW F.: *Statistical Methods for Communication Science*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2005
- HILBE, JOSEPH: *Negative Binomial Regression*. Cambridge, New York [Cambridge University Press] 2011
- HOFSTEDE, JAN GERT: Adoption of Communication Technologies and National Culture. In: *Systèmes d'Information et Management*, 6 (3), 2001, S. 55-74
- HUANG, CHUN-YAO ; LIN, CHEN-SHUN: Modeling the Audience's Banner Ad Exposure for Internet Advertising Planning. In: *Journal of Advertising*, 35 (2), 2006, S. 123-136
- KING, GARY: Statistical Models for Political Science Event Counts: Bias in Conventional Procedures and Evidence for the Exponential Poisson Regression Model. In: *American Journal of Political Science*, 32 (3), 1988, S. 838-863
- LONG, J. SCOTT: *Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables*. Thousand Oaks, Calif. [Sage Publ.] 1997
- LONG, J. SCOTT ; FREESE, JEREMY: *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata*. 2. ed. College Station, Tex. [Stata Press] 2006
- PEER, LIMOR ; KSIAZEK, THOMAS B.: YouTube and the Challenge to Journalism. In: *Journalism Studies*, 12 (1), 2011, S. 45-63
- PETERSON, SOPHIA: A Case Study of Third World news Coverage by the Western News Agencies and 'The Times' (London). In: *Studies in Comparative International Development*, 15 (2), 1980, S. 62-98
- PRITCHARD, DAVID ; HUGHES, KAREN D.: Patterns of Deviance in Crime News. In: *Journal of Communication*, 47 (3), 1997, S. 49-67

- SCHERER, HELMUT; TIELE, ANNEKARYN; HAASE, ANSAGAR; HERGENRÖDER, SABINE; SCHMID, HANNAH: So nah und doch so fern? Zur Rolle des Nachrichtenfaktors ›Nähe‹ in der internationalen Tagespresse. In: *Publizistik*, 51 (2), 2006, S. 201 - 224
- SCHOENBACH, KLAUS; RIDDER, JAN DE; LAUF, EDMUND: Politicians on TV News: Getting Attention in Dutch and German Election Campaigns. In: *European Journal of Political Research*, 39, 2001, S. 519 - 531
- SCHWEIGER, WOLFGANG ; JUNGNIKKEL, KATRIN: Pressemitteilungen 2.0 – eine Resonanzanalyse im Internet. In: *Publizistik*, 56 (4), 2011, S. 399 - 421
- SLATER, MICHAEL D.; HAYES, ANDREW F.; REINEKE, JASON B. ; LONG, MARILEE ; BETTINGHAUS, ERWIN P.: Newspaper Coverage of Cancer Prevention: Multilevel Evidence of Knowledge-Gap Effects. In: *Journal of Communication*, 59 (3), 2009, S. 514 - 533
- TADDICKEN, MONIKA: Selbstoffenbarung im Social Web. Ergebnisse einer Internet-repräsentativen Analyse des Nutzerverhaltens in Deutschland. In: *Publizistik*, 56 (3), 2011, S. 281 - 303
- THRALL, A. TREVOR: The Myth of the Outside Strategy: Mass Media News Coverage of Interest Groups. In: *Political Communication*, 23 (4), 2006, S. 407 - 420
- TIELE, ANNEKARYN: *Nachrichtengeographien der Tagespresse. Eine international vergleichende Nachrichtenwert-Studie*. Berlin [Logos] 2010
- TRESCH, ANKE: Politicians in the Media: Determinants of Legislators' Presence and Prominence in Swiss Newspapers. In: *The International Journal of Press/Politics*, 14 (1), 2009, S. 67 - 90
- WEBER, PATRICK: Nachrichtengeographie: Beschreibungsmodell und Erklärungsansatz auf dem Prüfstand: Untersuchung am Beispiel der Osteuropaberichterstattung deutscher Tageszeitungen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56 (3 - 4), 2008, S. 392 - 413
- WEBER, PATRICK: No News from the East? Predicting Patterns of Coverage of Eastern Europe in Selected German Newspapers. In: *International Communication Gazette*, 72 (6), 2010, S. 465 - 485
- WEBER, PATRICK: Nachrichtenfaktoren & User Generated Content: Die Bedeutung von Nachrichtenfaktoren für Kommentierungen der politischen Berichterstattung auf Nachrichtenwebsites. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60 (2), 2012, S. 218 - 239

- WESTERSTÄHL, JÖRGEN; JOHANSSON, FOLKE: Foreign News: News Values and Ideologies. In: *European Journal of Communication*, 9 (1), 1994, S. 71-89
- WINKELMANN, RAINER: *Econometric Analysis of Count Data*. 5. Aufl. Berlin, Heidelberg [Springer] 2008
- WU, H. DENIS: Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries. In: *Journal of Communication*, 50 (2), 2000, S. 110-180
- WU, H. DENIS: Homogeneity Around the World? : Comparing the Systemic Determinants of International News Flow between Developed and Developing Countries. In: *International Communication Gazette*, 65 (1), 2003, S. 9-24
- WU, H. DENIS: A Brave New World for International News? Exploring the Determinants of the Coverage of Foreign Nations on us Websites. In: *International Communication Gazette*, 69 (6), 2007, S. 539-551